



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

Resultados das Investigações do SIMA-Dest e Departamento de Análise de Políticas
MADER-Direcção de Economia

PRINCIPAIS LIÇÕES DO SEMINÁRIO SOBRE PERSPECTIVAS PARA COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA E SEGURANÇA ALIMENTAR EM MOÇAMBIQUE PARA O ANO COMERCIAL 2004/2005 ¹

Anabela Mabota, Pedro Arlindo, António Paulo e Cynthia Donovan

1. Introdução

*“Preciso de 3.000 toneladas de milho de qualidade por mês, à porta da minha fábrica”
palavras do director duma moageira de grande escala em Maputo, 9 de Junho 2004*

Esta foi uma das declarações mais concretas e precisas do Seminário sobre as Perspectivas de Mercado Agrícola, realizado em Maputo em Junho de 2004.

A declaração deste industrial é exactamente o tipo de informação que motivou o seminário sobre “*Perspectivas para a Comercialização Agrícola e Segurança Alimentar no Ano Comercial 2004/2005*”, e espelha a preocupação que, com a chegada das colheitas de produtos agrícolas a partir de Abril, Maio e Junho de todos os anos, é comum entre produtores, comerciantes, e processadores, que procuram informações chaves sobre oportunidades de mercado para vender e comprar produtos. A declaração mostra também que a realização deste tipo de seminários é um desafio para os próximos anos, para se ter mais comerciantes com posicionamento idêntico na presença de produtores que têm amendoim, milho, feijões, gergelim e outros produtos para vender.

Seminário sobre as Perspectivas para a Comercialização Agrícola e Segurança Alimentar no ano comercial 2004 - 2005

Organização: SIMA/MADER, INFOCOM/MIC e FEWSNET
Quarta-feira 9 de Junho de 2004, Maputo



2. Motivação

Durante uma avaliação das necessidades dos utentes do Sistema de Informação de Mercados Agrícolas (SIMA) em 2000, muitos comerciantes expressaram a sua disposição em disponibilizar ao SIMA mais informações. De entre as várias informações por estes mencionadas, são de interesse dos comerciantes informações sobre: (i) produtos que eles compram ou que querem comprar, (ii) quantidades procuradas, e (iii) a quem e aonde comprar o produto (Equipe Técnica do SIMA, 2001). Outros intervenientes como Organizações Não-Governamentais (ONGs) que trabalham com grupos de produtores colocaram a necessidade de informação sobre novos produtos e oportunidades de exportação regional ou internacional, assim como informações relativas à qualidade, quantidade, pessoa de contacto, e outras condições de entrega.

Uma das novas iniciativas após do Estudo dos Utes do SIMA foi o desenvolvimento do Sistema de Informação de Mercado Agrícolas Provincial (SIMAP) em Nampula. Os técnicos do SIMAP nos últimos três anos têm sido convidados para participar em encontros organizados pela CLUSA e OLIPA, onde estão presentes associações de produtores, comerciantes e outras ONGs que directa ou indirectamente operam na comercialização. Estes encontros acontecem duas vezes por ano: (i) no início da comercialização, no qual os produtores querem saber quais são as oportunidades de mercado para os seus produtos e que preços podem esperar receber e (ii) no início de campanha agrícola seguinte, onde os produtores precisam de orientação sobre que produtos produzir e as respectivas quantidades. Este é mais um encontro de planificação.

¹As opiniões aqui expressas são da inteira responsabilidade dos autores, não reflectindo de maneira alguma a opinião oficial do Ministério da Agricultura e Desenvolvimento Rural (MADER).

3. Organização do Seminário

Em Moçambique, existem várias instituições que recolhem dados relacionados com a comercialização agrícola e segurança alimentar. Estes dados são usados para produzir informação que possa ajudar os diferentes agentes que operam na área de comercialização, e são também divulgados através de diferentes boletins de cada instituição. Por exemplo, o Departamento do Aviso Prévio para Segurança Alimentar (DAPSA) da Direcção Nacional de Agricultura do Ministério da Agricultura e Desenvolvimento Rural (MADER) tem divulgado suas informações sobre aviso prévio para agricultura através do seu boletim numa base mensal. O Ministério da Indústria e Comércio (MIC) através da Direcção Nacional do Comércio (DNC) tem produzido o seu boletim mensal com informação para os comerciantes (INFOCOM). O Sistema de Informação de Mercados Agrícolas (SIMA) da Direcção de Economia (DE) do MADER tem divulgado informações sobre existências, preços, fluxos e custos de transportes de bens alimentares através do seu boletim “Quente-Quente”. O Sistema Integrado de Informação Para a Tomada de Decisão em Moçambique mais conhecido por “*Famine Early Warning System (FEWS-NET)*” também publica mensalmente suas informações através de um boletim. Destas instituições, a DNC/MIC, o SIMA/MADER e a FEWS-NET foram as co-organizadoras do seminário.

4. Conteúdo do Seminário

Este seminário teve como objectivo geral trazer todos actores que participam no processo de desenvolvimento rural, governo e colaboradores dos sectores público e privado de forma que todos possam participar activamente na melhoria de oportunidades para o sector familiar, especialmente nas zonas rurais, pois só assim os rendimentos das famílias rurais irão aumentar.

4.1. Objectivos Específicos do Seminário

Mais concretamente, os objectivos específicos do seminário foram os seguintes:

1. Permitir a troca de informações sobre as perspectivas do mercado agrícola no país, pelo MADER, MIC, FEWS-NET e outros parceiros incluindo o Programa de Apoio aos Mercados Agrícolas (PAMA), o Programa Mundial de Alimentação (PMA) e o Secretariado Técnico de Segurança Alimentar e Nutrição (SETSAN).

2. Criar um ambiente favorável de modo a promover o aumento das intervenções dos diferentes operadores no processo de desenvolvimento rural e no alívio da pobreza através da informação relevante para a comercialização.

4.2. A Estrutura do Seminário

O Seminário esteve organizado em quatro temas como indicado abaixo.

**Seminário sobre
Perspectivas 2004/2005**

TEMA 1: Produção agrícola, balanço alimentar e perspectivas de mercado.

TEMA 2: Perspectivas Domésticas e Regionais do Milho.

TEMA 3: Iniciativas de apoio à comercialização.

TEMA 4: Vulnerabilidade e perspectivas para ajuda alimentar.

No Tema 1, foram feitas apresentações sobre as perspectivas da produção agrícola para o ano agrícola 2003/04, o balanço alimentar para o ano comercial 2004/05 e a situação da comercialização agrícola nas zonas rurais nos meses de Abril a Junho de 2004.

No Tema 2, foram tratados assuntos relacionados com: (i) os preços domésticos de milho e sua relação com os mercados internacionais, (ii) perspectivas domésticas e regionais de excedentes e défices de milho, e (iii) iniciativa da monitoria do comércio informal transfronteiriço.

O Tema 3 abordou questões relacionadas com as actividades do SIMA, o fomento da indústria transformadora através do Diploma Ministerial 99/03, e as actividades desenvolvidas pelo PAMA e oportunidades.

Por fim, o Tema 4 abordou aspectos relacionados com os resultados preliminares do estudo realizado pelo grupo de avaliação de vulnerabilidade e sobre as perspectivas para ajuda alimentar para 2004/05.

4.3.Principais Constatções

As principais constatações do encontro foram as seguintes:

- as chuvas foram escassas nos princípios da época chuvosa, mas depois melhoraram, o que resultou num aumento da produção de cereais em todo o país;
- o balanço alimentar para a maior parte das culturas alimentares foi boa, embora haja partes do país onde se prevê que possa haver bolsas de fome;
- quanto à dinâmica dos mercados, já se observa uma grande movimentação de comerciantes nos principais mercados de concentração do centro e norte do país, e já existem algumas exportações para os países vizinhos, especialmente para o Malawi;
- para mitigar a situação de fome que se espera que venha a assolar algumas partes do país, agências de ajuda humanitária já estão a fazer compras locais de produtos alimentares;
- informações sobre as colheitas regionais (no Malawi, e outros mercados) e sobre a perspectiva do sector informal nas zonas de produção foi confrontada com a do balanço Alimentar;
- a informação sobre as acções dos doadores com relação à ajuda alimentar não foi concreta, devido à ausência dos produtores. Há uma necessidade de sincronização das necessidades alimentares no âmbito ajuda alimentar com o ciclo produtivo nacional.

5. Lições Para o Futuro

“Temos a agradecer a iniciativa dos organizadores, ouvimos e aprendemos muita coisa nova especialmente como se faz comercialização na teoria, mas agora queremos saber a pratica: onde vou comprar milho este ano?” Grande Comerciante do Sector Formal, 9 de Junho de 2004

Sendo a primeira experiência do género em Moçambique, este evento pode ser classificado como um sucesso. As conversas, quer durante o almoço, quer nos corredores, foram úteis porque conseguiu-se estabelecer comunicação entre o sector público e o

sector privado ali representado. As oportunidades para este tipo de conversas são geralmente ainda raras.

Contudo, ficamos com a impressão de que não conseguimos atingir todos os nossos objectivos. Devemos reconhecer que os temas discutidos foram muito influenciados pelas instituições envolvidas na organização, sobretudo por parte do sector público. O facto de o sector privado não ter sido representado na organização fez com que os temas importantes e úteis do ponto de vista deste sector ficassem diluídos entre as várias apresentações feitas, e também faltavam informações chaves para o sector privado.

Uma avaliação baseada nas questões apresentadas pelo sector privado sugere que, dentre as informações que os privados gostariam de ter, destacam-se as seguintes: local de compra, qualidade e quantidade do produto, quando estará disponível, como chegar ao local de compra, o preço e os termos de entrega do produto. A este respeito, há que referir a experiência de Nampula, onde os produtores procuram mais informações sobre as perspectivas no mercado regional, sobretudo nos países vizinhos do norte de Moçambique que são os principais mercados para os produtores daquela região do país.

Deste encontro, resultaram lições importantes que poderão ajudar na elaboração de termos de referência para encontros futuros. As cinco mais importantes são:

LIÇÃO 1: Sobre a Preparação e Organização

Nos próximos fóruns deverá haver envolvimento do sector privado (produtores, empresários, ONGs, etc.) desde a discussão dos temas a serem apresentados, conteúdo do seminário, assim como nas apresentações. O sector privado deverá ser parte activa e não se limitar a escutar.

LIÇÃO 2: Sobre a Natureza Multi-Sectorial

A organização em conjunto do seminário pelo MIC, MADER e FEWS-NET foi uma experiência positiva, onde ficou clara a importância da ligação inter-institucional sob quatro pontos de vista: (i) da efectividade da junção de sinergias entre instituições, (ii) redução de custos, (iii) gestão de informação e aproveitamento da sua complementaridade, e (iv) promoção de ligações sistemáticas entre instituições.

LIÇÃO 3: Sobre o Local e o Momento de Realização

Para que o seminário tivesse o sucesso desejado por todos, a presença simultânea de produtores e agentes de comercialização era imprescindível. A primeira

experiência mostrou que algumas das questões levantadas no decurso do encontro não tiveram respostas porque não estavam presentes os produtores, o que nos faz pensar nas seguintes questões: **Como garantir a presença dos produtores? Em que lugar e momento deve ser realizado o seminário sobre perspectiva de comercialização?**

Este tipo de evento deve ser feito em lugares onde compradores e vendedores possam estar juntos, i.é., nas zonas de produção. Segundo a experiência de Nampula, pelo menos dois encontros anuais seriam necessários todos os anos, para ajudar os produtores e facilitar o trabalho dos operadores de comercialização. O primeiro desses encontros poderia ter lugar antes das sementeiras, e o outro poderia acontecer mais tarde, no início da comercialização. Pela sua natureza, estes encontros devem ser mais operacionais, e deve haver envolvimento de produtores e comerciantes, para além do governo.

No âmbito da fase II do PROAGRI, deve-se promover mais encontros nacionais ou provinciais para discutir este tipo de questões, mas tais encontros devem ser realizados em tempo oportuno por forma a permitir a tomada de decisões por parte dos privados. O desafio é ter-se as informações a tempo, incluindo necessidades de ajuda alimentar e compras locais, previsões da colheita, perspectivas dos comerciantes e produtores, assim como informações sobre políticas regionais.

LIÇÃO 4: Sobre as Matérias de Discussão

Basicamente, os Temas 1 e 2 foram bem recebidos, mas quanto aos outros dois temas não foram tão concretos e práticos. Faltou um enfoque em questões tais como: onde o vendedor e o comprador podem-se encontrar, pois o comerciante quer produto e não sabe onde encontrar, e o produtor procura mercado para vender o seu produto e não sabe onde o fazer. No futuro, deve-se focalizar em assuntos específicos, para permitir uma discussão com detalhes, e não apenas apresentar problemas e queixas.

Uma das possibilidades seria de se fazer um inquérito às associações, comerciantes, processadores e ONGs sobre os produtos que têm para venda ou compra, indicando os contactos de cada um, e a datas aproximadas de compra/venda.

LIÇÃO 5: Sobre a Difusão da Informação

O uso do rádio é uma das fontes de difusão mais importantes para os produtores. Por isso, é necessário encontrar formas mais fáceis de difundir os resultados mais importantes por rádio. Para informação sobre políticas, oportunidades regionais e internacionais, e outros aspectos de mercados de maior valor em forma geral, a televisão é a forma mais abrangente, através da qual pode-se fazer entrevistas ou apresentações pontuais.

6. Acções de Seguimento e Recomendações

Para o sucesso deste tipo de evento, requer-se que os seguintes passos sejam postos em prática:

- **Institucionalização** da iniciativa entre os parceiros;
- **Preparação de uma agenda** antecipada sobre os temas e o período da realização do “Seminário sobre Perspectivas de Mercado”;
- **Envolvimento do sector privado e associações de produtores** na preparação do seminário;
- **Inclusão das despesas** inerentes ao seminário nas actividades anuais de cada instituição envolvida na iniciativa;
- **Disponibilidade de fundos** tanto para as pesquisas anteriores ao seminário, como para a realização do próprio seminário especialmente nas zonas de produção.

Referencias:

Equipe do SIMA. 2001. Avaliação das Necessidades dos Utentes do SIMA. Maputo: MADER.

=====
Contactos: SIMA/MADER, tel. (01) 46 01 31; FAX (01) 46 01 45 / 46 02 96
e-mail: sima@map.gov.mz Website: www.aec.msu.edu/agecon/fs2/mozambique