



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.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E DESENVOLVIMENTO RURAL
Direcção de Economia
Departamento de Análise de Políticas

Relatórios de Pesquisa

**Avaliação das Necessidades dos Utentes do
SIMA**

Por:
Equipe Técnica do SIMA

Relatório No. 45
21 de Fevereiro de 2001

República de Moçambique

Direcção de Economia

Relatórios de Pesquisa

A Direcção de Economia do Ministério de Agricultura e Desenvolvimento Rural, através do Projecto de Segurança Alimentar, apoia a publicação de duas séries de relatórios dos resultados de investigações na área de segurança alimentar. As publicações da série *Flash* são relativamente breves (3-4 páginas) e muito focalizadas, visando fornecer resultados preliminares de uma forma rápida e muito compreensível para maximizar a sua utilidade. As publicações da série de *Relatórios de Pesquisa* visam proporcionar análises mais longas e profundas sobre questões de segurança alimentar. A preparação e divulgação dos *Flash* e dos *Relatórios de Pesquisa* e suas discussões com aqueles que elaboram e executam programas e políticas em Moçambique, podem constituir um passo importante para análise e planificação das actividades das várias Direcções Nacionais.

Todos os comentários e sugestões referentes a matéria em questão são relevantes para identificar questões adicionais a serem consideradas em análises e redacção posteriores e no delineamento de outras actividades de pesquisa. Deste modo recomenda-se que os utentes das publicações sejam encorajados a submeterem os seus comentários e informarem a respeito das suas necessidades em termos de questões e tipos de análises que julgam ser do seu interesse profissional e das instituições a que estão afectos.

Carlos Mucavele
Director Nacional
Direcção de Economia
Ministério da Agricultura e Desenvolvimento Rural

Agradecimentos

A Direcção de Economia, em coordenação com o Departamento de Economia Agrária da Universidade Estadual de Michigan, vem desenvolvendo pesquisas na área de Segurança Alimentar. Gostaríamos de agradecer ao Ministério da Agricultura e Pescas da República de Moçambique e a Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (USAID) em Moçambique, pelo apoio financeiro e pelo apoio substancial no desenvolvimento de pesquisas na área da Segurança Alimentar em Moçambique. Os nossos agradecimentos são extensivos ao "Africa Bureau" e ao "Bureau of Research and Development" da AID/Washington pelo apoio prestado, possibilitando assim a participação de investigadores da Universidade nesta pesquisa e a realização de trabalhos de campo em Moçambique.

Duncan Boughton
Director no País do Projecto Cooperativo de Pesquisa
Segurança Alimentar em Moçambique
Departamento de Economia Agrária
Universidade Estadual de Michigan

Índice

1. INTRODUÇÃO	1
2. OBJECTIVOS	2
3. RESULTADOS	4
3.1. Familiaridade e Uso dos Produtos do SIMA	4
3.2. Potencial Para Maior Colaboração Entre o SIMA, Sector Privado e ONG's	4
3.3. Fontes de Informação em Geral	5
3.4. Necessidades de Nova Informação	6
3.5. Modalidades de Operação	8
3.6. Experiências com a Comercialização em Anos Anteriores	9
4. PONTOS ADICIONAIS	10
5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	11
5.1. Conclusões: Aspectos de Difusão	11
5.2. Conclusões: Conteúdo dos Produtos do SIMA	11
5.3. Recomendações	13
ANEXO 1: Organizações/Empresas Entrevistadas e Equipe	14
DOCUMENTOS DE TRABALHO DA DE	16

AVALIAÇÃO DAS NECESSIDADES DOS UTENTES DO SIMA (ANUS)

1. INTRODUÇÃO

Nos princípios dos anos 90, a produção agrícola moçambicana começou a crescer, e as oportunidades de comércio, tanto externo como interno, tornaram-se muito importantes. O Ministério da Agricultura e Desenvolvimento Rural (MADER), reconheceu que o governo e os agentes do sector privado precisavam de mais informação de preços e disponibilidade de produtos ao longo do país. O governo necessita desta informação para a formulação de políticas e a posterior análise do sector agrário. Os comerciantes, grandes e pequenos, necessitam desta informação para identificar melhores oportunidades de comércio, e os produtores precisam desta informação para melhorarem as suas decisões de produção, venda e compra.

Neste âmbito o Sistema de Informação de Mercados Agrícolas (SIMA) foi estabelecido em 1991. Presentemente, o SIMA está focalizado na recolha de informação sobre preços e condições de mercado para 31 produtos em 25 mercados, e a sua divulgação em boletins semanais e mensais. Para entender melhor as necessidades práticas dos usuários e avaliar como o SIMA pode ser modificado de modo a responder melhor a estas necessidades, a equipe do SIMA realizou um avaliação das necessidades dos utentes (ANUS) durante o ano 2000. Este relatório apresenta os resultados desta avaliação, incluindo as recomendações sobre novas iniciativas que o SIMA poderia tomar para aumentar a sua utilidade prática para os produtores, comerciantes e processadores em Moçambique.

2. OBJECTIVOS

A equipe central do SIMA, especificamente os técnicos Arlindo Rodrigues Miguel e Danilo Carimo Abdula, com a assistência do Professor David Tschirley e da Dr. Cynthia Donovan da Universidade Estadual de Michigan (EUA), desenhou um trabalho para avaliar a utilidade da informação produzida pelo SIMA e as formas de difusão, e explorar que tipos de nova informação e divulgação poderão ser acrescentados de modo a aumentar a utilidade do SIMA para as decisões comerciais dos produtores, comerciantes e processadores. A equipe procurou avaliar o potencial para a participação do sector privado e do sector não-governamental no sistema, e a possibilidade do SIMA ter um retorno dos custos.

Os agentes do sector público não foram o maior foco deste estudo de avaliação, embora a equipe tenha feito entrevistas com importantes agências públicas, incluindo a Direcção Nacional de Comércio Interno (DNCI) do Ministério da Indústria e Comércio (MIC).

Devido aos constrangimentos de tempo e recursos, não foi possível visitar todos os mercados do SIMA. Deste modo, a equipe focalizou os mercados da Beira, Nampula e Maputo para a pesquisa. Maputo como o maior centro consumidor do país foi uma escolha clara. Nampula foi selecionado devido aos esforços dispendidos com o SIMA provincial suportado pela Direcção Provincial de Agricultura e Desenvolvimento Rural (DPADR) e pelas ONG's, e também pela sua posição estratégica na maior zona de produção agrícola do país, com forte potencial de ligação com outros países da região. Beira e a zona de Nhamatanda foram selecionados em parte pela forte produção agrícola, e também devido aos recentes esforços da ONG Food Hungry International (FHI) em colaboração com a DPADR de Sofala, em aumentar a informação de mercado de modo a ajudar aos produtores a diversificar e comercializar as suas culturas.

Durante o tempo da avaliação (Maio-Junho de 2000), as ligações rodoviárias entre o sul e centro estavam cortadas, e os produtos provenientes de Manica com destino a Xai-Xai e Maputo no sul do país tinham que ser transportados por barcos ou pequenos veículos. Então o movimento de produtos não era normal durante o período do estudo. Por isso, procuramos evitar conclusões sobre este comércio baseado em problemas temporais.

A avaliação foi baseada numa série de entrevistas com as associações de produtores, comerciantes formais e informais, processadores, ONG's e sector público, durante os meses de Maio, Junho e Julho do ano 2000. O anexo 1 mostra a lista de agentes e agências cujos funcionários foram entrevistados.

Nas entrevistas foram focalizados seis aspectos básicos:

- 1) Familiaridade com as publicações do SIMA.
- 2) Desejo e disposição para contribuir com nova informação a ser incluída nos boletins do SIMA (ou outra publicação do SIMA).
- 3) Fontes mais importantes de informação para a tomada de decisões.
- 4) Necessidade de informação que actualmente não conseguem.
- 5) Modalidades de operação, incluindo os produtos que trocam, uso ou não de postos de compra, comunicações, participação no processamento
- 6) Experiência mais recente com a comercialização de bens agrícolas.

As ONG's também foram entrevistadas na Beira e em Nampula. Estas ONG's estão todas activamente envolvidas com as associações de produtores e comercialização de produtos/bens agrícolas. Todas elas foram questionadas sobre os seis aspectos acima referidos. Em particular, exploramos a possibilidade de desenvolver uma ligação entre as ONG's e o SIMA, baseada na informação que estas recolhem regularmente a partir das associações de produtores.

As entrevistas com as associações de produtores centraram-se essencialmente nas experiências anteriores destas na comercialização, suas fontes e necessidades de informação, bem como outro tipo de informação específica que elas achavam necessária.

3. RESULTADOS

3.1. Familiaridade e Uso dos Produtos do SIMA

Muitos dos entrevistados responderam que estavam familiarizados com os produtos do SIMA, particularmente o boletim semanal conhecido como "Quente Quente" (QQ). Os comerciantes recebem e usam o QQ, uns via FAX a partir de Maputo e outros através da distribuição de cópias em papel. A distribuição de cópias em papel é muito fraca fora de Maputo. O pessoal das províncias recebe as cópias com algum atraso, o que faz com que a informação tenha um valor reduzido. Na Beira, o QQ chega via fax, é fotocopiado e imediatamente colocado nos quadros de notícias das empresas que o recebem, como no caso da MOBEIRA - moageira industrial na Beira, ou distribuído ao seu pessoal logo que é recebido, como é o caso da União Geral das Cooperativas (UGC). A FHI em Sofala tem desenvolvido o seu próprio boletim de comercialização, mas continua usando e distribuindo o QQ. Alguns comerciantes recebem o QQ ocasionalmente através dos agentes do sector público ou das ONG's. A Direcção Provincial de Agricultura e Desenvolvimento Rural de Sofala (DPADR/Sofala) distribui uma cópia para cada distrito da província, mas o pessoal da DPADR acha que as cópias recebidas são poucas e gostariam de receber mais.

Em Nampula, o SIMA provincial (SIMAP) combina os seus próprios dados com os dados do QQ e emite o boletim provincial, o *Elanterna*, que é lido todas as semanas na rádio local, em duas línguas. A rádio local abrange não só Nampula, mas também o sul de Cabo Delgado, Niassa e o norte da Zambézia. Os produtores entrevistados pela equipe que dirigiu os trabalhos conheciam os programas da rádio relacionados com os preços. Nesses programas são lidos somente os preços e não se faz nenhum tipo de análise dos mercados. Em Manica, embora a equipe não tenha chegado a esta província, sabe-se que o SIMA provincial (*Nguarai*) usa a rádio para a divulgação da informação de mercado, sob uma iniciativa do pessoal da DPADR.

Os comerciantes que recebem o QQ via electrónica, fax, ou em papel, disseram que usam esta informação como uma importante fonte de informação, entre várias outras, e que o QQ serve de ponto de referência, apesar de não tomarem decisões baseadas só no QQ. Lêem para ver possibilidades ou problemas, e depois comunicam com outros agentes no campo para acertar mais a informação. O facto de o gerente da UGC em Maputo ter recebido a equipe de avaliação, embora ele estivesse muito ocupado, serviu como um bom indicador do interesse que os utentes têm pelo SIMA. Este gerente acha que o SIMA está fazendo um trabalho louvável e precisava de nos dizer isso.

3.2. Potencial Para Maior Colaboração Entre o SIMA, Sector Privado e ONG's

Muitos comerciantes expressaram a sua disposição de disponibilizar ao SIMA mais informação sobre os produtos que eles comprem ou querem comprar, incluindo informação sobre quantidades procuradas, de modo que o SIMA possa divulgá-la via boletins e programas de rádio. No entanto, muitos compradores receam anunciar o preço que eles oferecem na compra de produtos. Eles pensam que os produtores às vezes têm produto disponível no campo, mas o que falta é coordenação para tornar mais fortes as ligações entre estes e comerciantes. Este é um aspecto que pode ser melhorado com a informação. Um

comerciante notou que se o seu preço for anunciado, ele poderia estar a perder competitividade no mercado. Portanto, fica claro que uma maior colaboração entre o SIMA e os comerciantes poderá ampliar a gama de informação que o SIMA proporciona, mas esta nem sempre incluirá anúncios de preços dos comerciantes específicos.

As ONG's actualmente recolhem informação dos comerciantes e produtores e servem como meio de comunicação entre as duas partes. Em Nampula, as ONG's ajudaram a incluir novos produtos no boletim da província, e gostariam de ver ainda mais informação nesse boletim. Cada ONG tem a informação que recolhe, mas estas indicaram que têm problemas em coordenar e organizar a informação a ter num boletim. Então, seria o pessoal do SIMA que teria que ocupar-se deste aspecto. Em Sofala, a equipe da FHI está a estudar formas de transferir o trabalho de recolha e divulgação de informação de mercado que eles actualmente fazem, para uma instituição (privada ou pública) local. Neste momento, estão a fortalecer as suas ligações com o pessoal provincial e distrital do MADER e estão muito ávidos em disseminar a informação que eles têm disponível, podendo ser esta uma maneira de chamar a atenção de mais compradores em benefício dos produtores.

3.3. Fontes de Informação em Geral

Existem muitas fontes de informação usadas pelos diferentes agentes. As ONG's tendem a desenvolver os seus próprios sistemas, usando a informação recolhida pela própria ONG e também pelo SIMA. Os comerciantes e processadores têm desenvolvido as suas próprias redes informais de informação, necessárias para a tomada de decisões. Muitas vezes, estas redes envolvem ligações familiares e étnicas e na maioria das vezes são baseadas em comunicações via telefone. Um comerciante em Nampula, por exemplo, liga para o seu primo em Maputo para saber como está o mercado e saber se o preço do milho em Maputo está suficientemente alto para embarcar milho a partir de Nampula. Esta comunicação baseada em relações pessoais é um meio muito caro de ter informação, mas há muitos comerciantes que desenvolveram boas redes comerciais de informação e beneficiam em geral da falta de informação que afecta aos seus competidores. Noutros casos, a relação pessoal é estabelecida na estrutura formal entre empresas. Um processador de milho em Nampula, por exemplo, mantém comunicação directa com os seus associados que processam milho em Maputo. Os maiores comerciantes em Moçambique tendem a ter sucursais em várias zonas, ou relações com comerciantes que operam nessas zonas. Para o SIMA, este padrão de ligações informais entre comerciantes implica que distribuir o QQ e os outros produtos ao sector comercial em Maputo pode ter um impacto maior do que se pensava.

Em Moçambique, os meios de comunicação têm melhorado nos últimos anos, e os comerciantes e ONG's estão a tirar proveito das oportunidades. Muitos comerciantes e todas as ONG's têm acesso à internet e ao correio electrónico. As zonas centro e norte têm problemas devido ao facto de as linhas telefónicas, um importante meio de comunicação, apresentarem problemas frequentes de funcionamento. Entre os comerciantes formais que entrevistamos, pelo menos 4 têm e usam e-mail, outros 2 têm ou vão ter mas enfrentam problemas em usar, e 3 não têm previsões de ter ligações via e-mail. Todas as ONG's tem e-mail. Todos os comerciantes formais e todas as ONG's têm FAX para a comunicação directa.

Em alguns casos, o pessoal das ONG's ou pessoal distrital do MADER são capazes de fornecer a informação do Quente Quente ou de outras fontes directamente para os produtores ou associações de produtores. As ONG's têm maiores possibilidades de desenvolver maiores ligações entre comerciantes e produtores, daí que os esforços do SIMA em diversificar os seus usuários podem ser bem sucedidos.

Alguns produtores indicaram que eles recebem informação via rádio em línguas locais. Em Nampula, as ONG's e o sector público tem colaborado activamente para estabelecer o *Elanterna*, o SIMA provincial. O SIMA Nacional treinou o pessoal do *Elanterna*, daí que os métodos de recolha de dados e a base de dados são compatíveis com o sistema nacional. Desta maneira, os dois sistemas complementam-se. Contudo, as ONG's e o pessoal da DPADR reconhecem que há necessidades de informação que ainda não é recolhida ou divulgada.

Em Sofala, a FHI iniciou um programa com o MADER no distrito de Nhamatanda. Como fruto desta colaboração, quadros denominados **Jornais do Mercado** foram colocados em lugares públicos dos mercados, indicando preços de diversos produtos em vários mercados. O pessoal da FHI ajuda a organizar a informação e depois juntamente com o pessoal distrital do MADER visita os mercados e coloca essa informação nos quadros todas as semanas. Os produtores e comerciantes leem esta informação, mas estes Jornais do Mercado têm duas limitações no seu impacto. Primeiro, os produtores locais e os comerciantes nem sempre percebem o que está escrito nos quadros. A segunda limitante surge do facto de algumas pessoas apagarem a informação ou mudarem algo inicialmente escrito, com o objectivo de ganharem alguma vantagem com a ausência de informação ou a presença de informação errada. A FHI reporta incidentes com preços que foram apagados dos quadros e acreditam que certos comerciantes não querem que as pessoas conheçam a informação sobre preços nos maiores mercados da zona (Beira por exemplo). Isto sugere que existem comerciantes que se beneficiam da redução de informação disponível nos mercados.

Uma vez que os comerciantes trocam muita informação entre si através de conversas, e confiam nessa informação oral, o sector comercial informal em Sofala e Manica decide deste modo quando e onde ir buscar os produtos e onde ir deixá-los. Devido aos problemas de transporte entre o centro e o sul, os comerciantes entrevistados não estavam ao corrente dos preços praticados nos mercados do sul, indicação de uma fragilidade no sistema de informação. Muitos deles não estavam familiarizados com o QQ. Embora alguns destes comerciantes informais não aparentassem ser literados, estavam interessados em receber o QQ.

3.4. Necessidades de Nova Informação

A maior parte dos agentes entrevistados, tanto do sector privado como do sector público, indicaram que precisavam de mais informação sobre “comercialização agrícola”, para completar a informação de mercados do SIMA. Entre o Ministério da Indústria e Comércio (MIC) e o SIMA, as capacidades existem para recolher e disseminar esta informação.

Como foi notado pelas ONG's em Nampula e Beira, e também pelo Director Provincial de Agricultura em Nampula, os produtores necessitam de informação antes da sementeira e

durante a colheita. Eles também precisam de informação sobre culturas alternativas ao milho, como o feijão boer, gergelim, girassol, caju e outras, particularmente as possíveis ligações com os comerciantes que poderão financiar a produção destas culturas e depois comprá-las. A liberalização progressiva do sector algodoeiro implica que informação de mercado será cada vez mais importante para o bom desempenho desta cultura. Muitas ONG's assistem aos produtores na procura de novas oportunidades para estas culturas (excepto o algodão), desde que os produtores sintam que devem ter alternativas para o milho devido ao seu baixo preço e fraca garantia de colocação. A FHI em Sofala trabalha com gergelim, mel e piri-piri por exemplo, produtos que não são abrangidos pelo SIMA. No entanto, o *Elanterna* cobre o gergelim e o feijão boer, demonstrando a flexibilidade que existe num sistema provincial. Preços e informação sobre a disponibilidade de insumos agrícolas foi outro aspecto levantado pelo sector público, ONG's e produtores.

Comerciantes, sector público, produtores e ONG's, indicaram que precisam também de informação regional, incluindo os preços pagos, quantidades disponíveis e procuradas, bem como as condições de pagamento (cash, em prestações, qualidade exigida, etc). "Regional" significa para eles os mercados mais importantes ao longo de Moçambique bem como os mercados dos países vizinhos, particularmente Malawi, Zimbabwe e África do Sul. Por exemplo, os produtores em Nhamatanda querem mais informação sobre Beira, Xai-Xai e Maputo. As ONG's em Nampula gostariam de conhecer os preços internacionais de vários produtos, especialmente os praticados no vizinho Malawi. Esta informação está incluída no QQ, mas as mudanças nos regulamentos de comercialização podem abrir ou fechar as oportunidades de negócio. Portanto, a informação precisa de incluir não só preços, mas também as possibilidades reais e modalidades de comércio, incluindo o provável impacto das mais importantes políticas.

Para os comerciantes informais em Sofala, Manica e Maputo, a falta de informação sobre disponibilidade de transporte provoca atrasos de vários dias, pela espera de transporte. Este problema sugere a necessidade de disseminar mais informação sobre as necessidades de transporte destes comerciantes, para encorajar transportadores a providenciarem serviços na região.

Para a maior parte dos comerciantes informais, reportar os preços em quilos dificulta a sua utilização. Eles têm de reconverter a informação de quilogramas para unidades que, embora não sejam padronizadas (latas), são comuns entre eles. Uma maior reportagem de preços em unidades não padronizadas mas que são vulgarmente utilizadas nos mercados aumentaria a utilidade da informação para os comerciantes informais.¹

Outro problema levantado pelas ONG's tem a ver com a vida curta dos projectos, ao mesmo tempo que têm a responsabilidade de desenvolver uma capacidade local. Na transição de actividades de emergência para actividades de desenvolvimento, muitas ONG's têm iniciado programas de produção e de comercialização de culturas de rendimento. São as ONG's que iniciam as discussões com os comerciantes e processadores sobre que produtos estão interessados em comprar, que qualidade, que quantidade, e outras exigências que eles

¹ De notar que o SIMA já reporta alguns preços de milho em unidades não padronizadas. Deve-se estudar a possibilidade de ampliar esta secção.

queiram. Isto cria o dilema para eles em desenvolver um sistema de informação de mercado. Como faz o FHI na zona de Nhamatanda, as ONG's estabelecem redes de informação e comunicação. Elas estão muitas vezes mais equipadas e organizadas para recolher a informação das associações de produtores e disseminar esta mesma informação. A informação que a FHI regularmente recolhe é útil para os comerciantes e produtores e é este tipo de informação de mercados que é procurada pelos utentes do SIMA. Portanto, as ONG's veem a necessidade de uma instituição local tomar a responsabilidade de recolha e difusão de informação, capaz de continuar depois da ONG acabar as suas actividades. Para informação de mercado, incluindo preços, o SIMA e os SIMAP's são mais apropriados.

O desenvolvimento de mercados rurais de concentração onde os produtores podem vender, tem sido lento desde a liberalização em Moçambique. Até à data, o SIMA conhece apenas dois locais (distritos de Manica e Angónia) com este tipo de mercado. Nos outros mercados denominados "nível produtor" pelo SIMA, os produtores vendem em quantidades muito pequenas a consumidores e, portanto, os preços são muito similares aos preços retalhistas. A maioria das vendas pelos produtores acontecem em sítios temporários onde um grande comerciante estabelece um posto de compra, reúne a quantidade desejada, e depois passa para outro sítio. O SIMA ainda não conseguiu monitorar estes mercados temporários e, portanto, a informação do SIMA sobre o "nível produtor" geralmente não reflecte os preços realmente pagos aos produtores.

3.5. Modalidades de Operação

A questão de modalidades de operação foi primeiramente dirigida aos comerciantes e processadores para avaliar os pontos chave nos seus sistemas de compra e venda de produtos agrícolas. A equipe perguntou a eles como é que conseguem os produtos, e como chegam a fazer contratos. As respostas iluminaram basicamente dois tipos de transacções. A maioria dos comerciantes indicaram que trabalham sempre com o seu pessoal (em postos de compra ou à porta da fábrica) ou com associados ou amigos. Estas pessoas de confiança informam sobre a existência do produto, avaliam a qualidade do produto disponível, e confirmam os preços locais de compra e venda. É um estilo de transacção personalista que, embora ajude muito aos comerciantes que o aplicam, aumenta os custos totais de transacção no sistema e limita as transacções. Disponibilizar a informação a mais utentes teria impactos positivos sobre o sistema como um todo.

Quando comerciantes não têm confiança nos outros comerciantes ou vendedores de produtos, eles fazem os seus negócios à porta da sua fábrica ou com os seus empregados ou familiares, onde eles podem controlar directamente o negócio. Por exemplo, alguns comerciantes usam temporariamente ou permanentemente postos de compra nas zonas rurais, onde eles delegam um representante ou um empregado para efectuar as compras. Estes postos de compra podem ser em armazéns locais ou um simples camião estacionado na zona durante um período de duas ou três semanas, ou em alguns casos meses. Em alguns casos, como no caso da UGC, as compras são feitas directamente à porta da fábrica com uma inspecção visual individual sobre a qualidade.

O segundo tipo de transacção é com base em contratos formais com regras e normas. O comerciante compra de alguém desconhecido mas confia que vai receber o que o contrato

indica devido às regras de transacção. As grandes moageiras importam o milho da África do Sul sob este tipo de contrato formal, e confiam nos contratos para assegurar a qualidade e a quantidade. Quando uma moageira tentou fazer o mesmo tipo de contrato em Moçambique, aconteceu que o primeiro envio foi de boa qualidade, mas os demais foram de baixa qualidade e a moageira não os aceitou. Os processadores e os comerciantes apontam este problema de qualidade sobretudo com o milho local, mas também com outros produtos, em que a humidade é alta (acima de 12%), as variedades são misturadas (milho amarelo com milho branco) e existe muita impureza (pedras, solo, palha, etc.). Consequentemente, muitos processadores no sul buscam o seu milho na África do Sul, onde a qualidade é garantida.

Pedimos às ONG's e às associações de produtores para descreverem os seus sistemas de informação e organização de comercialização. As ONG's e as associações com quem falamos têm uma recolha de informação sazonal sobre as quantidades disponíveis para a venda ou sobre as quantidades de insumos necessárias para cada ano agrícola. Com essa informação, as ONG's buscam oportunidades junto de comerciantes para a venda dos produtos que têm disponíveis. Inicialmente, são as ONG's que facilitam os contratos entre produtores e comerciantes. Por enquanto, a responsabilidade é ainda das ONG's, mas esperam passar isto para as associações .

3.6. Experiências com a Comercialização em Anos Anteriores

Quando a equipe perguntou aos comerciantes sobre as suas experiências com a comercialização durante os anos anteriores, eles ficaram animados e responderam com uma lista de dificuldades, frustrações e ocasionalmente com experiências positivas. O desempenho do acesso ao mercado não foi o objectivo nestas entrevistas. A equipe apenas tentou tirar alguns aspectos sobre o que era importante em termos de informação.

Moçambique não tem um sistema formal de normas de qualidade para os seus produtos agrícolas, fazendo com que o SIMA não esteja em condições de reportar os preços segundo a qualidade do produto. Processadores e comerciantes (Mobeira e Africom por exemplo) mencionaram que eles têm dificuldades com a produção local e muitas vezes recorrem ao produto da RSA e Zimbabwe. Eles veem um papel importante do SIMA em informar os produtores e comerciantes sobre os requisitos em termos de qualidade. Por exemplo, o milho com humidade acima de 12% não é aceite pelos processadores.

O norte de Moçambique quase sempre tem excedente de milho, enquanto que o sul é deficitário. No entanto, as experiências dos comerciantes que compraram milho no norte e o transportaram para o sul via marítima não foram positivas. As dificuldades e os custos de transporte foram citados como sendo os maiores constrangimentos, muito maior do que a falta de informação.

4. PONTOS ADICIONAIS

Transparência no funcionamento dos mercados é uma condição para a sua eficiência. Muitos dos grandes comerciantes têm beneficiado e continuam a beneficiar, por um lado dos seus próprios sistemas de informação, e por outro lado da falta de transparência nos mercados. Eles continuam a ganhar com os seus sistemas informais, daí que os incentivos para eles participarem no fortalecimento da transparência não existe. A equipe do SIMA tem de ter cuidado com a possibilidade de alguns comerciantes providenciarem informação viciada propositadamente para avançar os seus interesses. O objectivo de nivelar o campo do jogo para encorajar o desenvolvimento dos mercados pode não coincidir com os interesses dos comerciantes já estabelecidos. Além disso, todos indicaram interesse em ter mais informação sobre quantidades disponíveis no sector rural durante a comercialização.

5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

5.1. Conclusões: Aspectos de Difusão

Os produtos do SIMA (principalmente o Quente Quente e o Boletim Mensal) são bem conhecidos e são apreciados pelos utentes. Os utentes do SIMA são uma combinação de diferentes agentes nos mercados, cada um precisando duma colecção específica de informação, com frequência determinada, baseado num meio de comunicação apropriado. Aqui, o enfoque são os meios de comunicação. Fora da cidade de Maputo, a distribuição dos produtos do SIMA é fraca, com problemas de chegadas tardias que reduzem a importância da informação. Dentro de Maputo, o SIMA utiliza vários meios de comunicação como o FAX e o correio electrónico para assegurar a chegada a tempo e de forma facilmente disponível. Para alguns, sem acesso fácil aos outros meios, cópias em papel são distribuídas. No caso das províncias, o QQ é mandado semanalmente por FAX a cada Direcção Provincial da Agricultura, mas a sua reprodução e distribuição ao nível provincial sofre de vários constrangimentos. Desde Maputo, cópias em papel são enviadas por correio rápido, mas também a informação chega com alguma demora. Quando existem fundos especiais ao nível provincial para fotocopiar e distribuir o QQ e os boletins, o sistema funciona mais rápido, mas o maneio dos fundos é, às vezes, problemático e apresenta problemas de sustentabilidade. O custo de mandar FAX ao sector comercial fora de Maputo é elevado, pelo que o uso deste meio é limitado.

- Onde os programas de rádio são transmitidos, como em Nampula, muitos produtores conhecem e escutam. Este parece um bom meio para atingir aos produtores. No entanto, os programas actuais são limitados a dar só informação de preços. É importante adicionar mais informação estratégica do mercado, como quantidades dos produtos disponíveis e contactos directos dos comerciantes interessados em comprar, assim como outras formas de entrar em contacto com estes.

5.2. Conclusões: Conteúdo dos Produtos do SIMA

- Quase todos os agentes falaram do SIMA como um ponto de referência para a tomada de decisões. A informação não é decisiva para os agentes. Eles usam o QQ e os Boletins Mensais como uma referência para depois ir falar com outros comerciantes ou outros agentes, antes de tomarem decisões. Também, todos os agentes apontaram para a necessidade de incluir mais informação para além de preços. O factor tempo foi mencionado. Os agentes apontaram que precisam de informação atempada, pois a informação que chega atrasada um ou mais meses não é útil para a tomada de decisões. Muitos comerciantes e agentes das ONG's que trabalham com produtores pediram informação sobre procura e oferta de produtos agrícolas. As análises da primeira página do QQ foram indicadas como um exemplo do tipo de informação de que precisam. Com estas análises, o SIMA está a providenciar uma informação estratégica que deve ser ampliada por forma a responder às necessidades dos utentes.
- Os comerciantes viram no SIMA um meio para a obtenção da informação de que precisam, assim como para a divulgação da sua informação. A maioria dos comerciantes expressaram interesse em ver anúncios ou notícias suas no QQ. Por

exemplo, quando querem comprar um produto como gergelim, gostariam de poder comunicar esta procura no QQ para os produtores com gergelim virem negociar. Mas eles mostraram algum receio em anunciar os preços de compra que eles oferecem, pois não querem dar informação que pode diminuir a sua posição competitiva no mercado. Quanto à qualidade do produto, processadores e comerciantes indicaram a necessidade de informar os produtores sobre os requisitos de qualidade do produto que devem vender, sobretudo para o mercado internacional, onde os preços e as quantidades dependem directamente da qualidade de produção.

- A falta de regulamentos sobre classes ("grades") e padrões ("standards") no país representa um outro desafio para vender os produtos moçambicanos em mercados internacionais, sobretudo em concorrência com a África do Sul. Uma informação estratégica do mercado incorpora tal informação. O primeiro passo em Moçambique é estabelecer os regulamentos e sistemas para identificar e garantir as classes e os padrões indicados. Por agora, comerciantes e produtores indicaram que seria um avanço se o SIMA pudesse comunicar os requisitos e condições básicas para compra de produtos, tal como a humidade ou variedades de culturas.
- Quase todas as pessoas com quem falamos (incluindo comerciantes, processadores e pessoal das ONG's) solicitaram informação adicional sobre as possibilidades de exportação, incluindo preços, quantidades, qualidade, e contactos dos compradores. Como o SIMA tem acesso a meios modernos de comunicação como o correio electrónico e a internet, este está bem posicionado para obter e disseminar tais informações. O pessoal dos SIMA's Provinciais (SIMAP's) como o *Elanterna*, uma vez que estão baseadas nas províncias, conhecem melhor as necessidades locais, sobretudo os produtos interessantes para os produtores na região, e podem disseminar rapidamente essa informação. Um sistema local sólido e funcional pode dar sustentabilidade às actividades de outros agentes, tal como a Technoserve, no cumprimento destas necessidades.
- O SIMA provincial de Nampula, o *Elanterna*, poderia beneficiar de reciclagem e de assistência técnica, sobretudo para o desenvolvimento de novos sistemas de informação estratégica. No plano de trabalho do MADER, o ambicioso objectivo de desenvolvimento de SIMAP's em todas as províncias está proposto. A experiência do *Elanterna* demonstra o valor e o potencial dos SIMAP's, mas também indica o papel-chave dos recursos humanos e financeiros, sem os quais os SIMAP's não podem ter êxito. Na base de recursos locais adequados, o SIMA nacional poderia dar assistência técnica às províncias. Par além de apoiar os SIMAP's, tal prática permitiria aos técnicos do SIMA nacional beneficiar de mais experiência prática de trabalho de campo.
- Existem vários aspectos a esclarecer sobre os produtos que figuram actualmente no SIMA. Primeiro, seria bom ver os casos de culturas de rendimento, como o algodão e o caju, que têm um papel importante para os produtores. Os mercados do algodão e do caju estão a mudar e outras culturas de rendimento como o girassol e feijão boer estão a surgir. Tais produtos não estão no SIMA, mas são candidatos para serem incluídos, ou no SIMA nacional ou nos SIMAP's. Os mercados destes produtos têm características diferentes, em que o mercado é sazonal e os canais de comercialização

são limitados. Então, a recolha de dados pode ser limitada a uma época do ano e alguns mercados. Dadas estas características, o SIMAP seria o lugar apropriado para a experiência da inclusão destes produtos no sistema, com o apoio das ONG's e comerciantes que trabalham nesses produtos.

- Durante o período pós-guerra, as ONG's têm mudado o enfoque do seu trabalho de emergência para um trabalho orientado ao desenvolvimento e aumento de rendimentos dos agregados familiares. Com as associações de produtores, as ONG's começaram a promover novas culturas de rendimento, além de buscar melhores mercados para produtos tradicionais como o milho. As ONG's assistem os produtores que precisam de vínculos com o sector comercial e processadores para garantir mercado para os seus produtos. Na Beira e em Nampula, os ONG's leem e distribuem o QQ e o Boletim Mensal. Tal como os comerciantes, elas veem as oportunidades que existem e procuram mais oportunidades. As ONG's têm uma base de comunicação sistemática com as associações de produtores. Em conjunto com as ONG's e os comerciantes, o SIMA terá a oportunidade de obter e divulgar mais informação estratégica.
- O sistema de recolha de preços ao nível produtor tem que ser avaliado para obter preços mais indicativos destes mercados. Para conseguir isto, o pessoal do SIMA nacional e o pessoal do *Elanterna* precisam de trabalhar conjuntamente para desenhar um sistema alternativo.

5.3. Recomendações

Para desenvolver um serviço de divulgação e extensão de informação estratégica de mercados como o acima referido, e dentro dos objectivos do MADER de estabelecer um sistema descentralizado e sustentável, nós recomendamos quatro actividades complementares básicas. Primeiro, para responder aos aspectos de difusão e conteúdo, o SIMA deve apoiar um sistema reforçado em Nampula. Esta actividade seria uma actividade piloto, para depois trabalhar no desenvolvimento de sistemas idênticos nas outras províncias. Segundo, o SIMA nacional deveria iniciar procedimentos específicos para conseguir informação estratégica de oferta e procura pelos maiores comerciantes e pelas ONG's nas outras zonas do país. Estas duas actividades seriam de prioridade máxima.

Terceiro, é necessário um trabalho de reforço à província de Sofala, embora seja menos prioritário. A assistência técnica poderia apoiar a institucionalização das actividades de informação do mercado da FHI com a DDA/Nhamatanda, associações de produtores, e outros. Finalmente, o SIMA não deve retirar a assistência técnica às outras províncias para estabelecer os seus SIMAP's. Contudo, esta assistência pode ser limitada a um nível de sistema de preços básicos. Maior proveito teria lugar nas províncias onde a DPADR apoia fortemente o programa dum SIMAP. Se o programa piloto em Nampula der resultados, este modelo poderia servir de base dum sistema de SIMAP's dinâmicos nas outras províncias

Estas são as quatro actividades chaves recomendadas que surgem da ANUS. Na planificação do SIMA figuram estas actividades propostas, e também algumas outras actividades ou mudanças menores. Mais detalhes sobre todas as actividades recomendadas serão disponíveis num documento específico de proposta e planificação.

ANEXO 1: Organizações/Empresas Entrevistadas e Equipe

A: Sector Privado

Maputo:

União Geral das Cooperativas
Euragel
Africom (uma sucursal e a sede)
CIM-Matola
Higest

Beira:

Sociedade Mercantile Manica/ Sofala
Enacomo
Mobeira
Amazéns/ Industrias Kas
Associação de produtores de Metuchira, Sofala
Inchope: ambulantes ao longo da estrada
Moçambique Industrial
Irmãos Pinto

Nampula:

Cassam Jamal
Irmãos Semedo
CIMPAN
Gani Comercial

B: Sector Público

Sr. Foquiço, DPADR Sofala, Inquiridor do SIMA
Sr. Abel, DPADR Sofala, Chefe dos Serviços Provinciais de Agricultura
Sr. Pires DPA Sofala, Extension/Communications
Sr. Guerra, DPADR Nampula, *Elanterna*
Sr. Augusto Musita, DPADR Nampula
Sr. Victorino Xavier, DPADR Nampula, Director Provincial
Sr. Simões Augusto Zalembessa, DDA-Nhamatanda
Sr. Alexandre Schalke, MIC/FAO
Sr. Franz Van de Ven, MIC/FAO

C: ONG's

FHI: Sofala
CLUSA: Nampula
CARE: Nampula
World Vision: Nampula
Technoserve: Nampula

Equipe do SIMA com Assistência Técnica da MSU (com calendário básico)

Nampula

David Tschirley (Maio 2000)

Danilo Carimo (Maio 2000)

Cynthia Donovan (1-5 Junho)

Danilo Carimo (1-8 Junho)

Arlindo Miguel (1-8 Junho)

Beira

Cynthia Donovan (25-31 Maio)

Danilo Carimo (25-31 Maio)

Arlindo Miguel (25-31 Maio)

DOCUMENTOS DE TRABALHO DA DE

1. Informing the Process of Agricultural Market Reform in Mozambique: A Progress Report, October 1990.
2. A Pilot Agricultural Market Information and Analysis System in Mozambique: Concepts and Methods.
3. Inquérito ao Sector Familiar da Província de Nampula: Observações Metodológicas, 9 de Novembro de 1991.
- 3E. A Socio-Economic Survey of the Smallholder Sector in The Province of Nampula: Research Methods (**traduzido do Português**), January 1992.
4. Inquérito ao Sector Familiar da Província de Nampula: Comercialização Agrícola, 30 de Janeiro de 1992.
- 4E. A Socio-Economic Survey in The Province of Nampula: Agricultural Marketing in the Smallholder Sector (**traduzido do Português**), January 1992.
5. Inquérito ao Sector Familiar da Província de Nampula: O Algodão na Economia Camponesa, 9 de Novembro de 1991.
- 5E. A Socio-Economic Survey in The Province of Nampula: Cotton in the Smallholder Economy (**traduzido do Português**), January 1992.
6. The Determinants of Household Income and Consumption in Rural Nampula Province: Implications for Food Security and Agricultural Policy Reform, August 1992.
- 6P. Determinantes do Rendimento e Consumo Familiar nas Zonas Rurais da Província de Nampula: Implicações para a Segurança Alimentar e as Reformas de Política Agrária (**Traduzido do Inglês**), 24 de Fevereiro de 1993.
8. Dengo, Maria Nita, "Household Expenditure Behavior and Consumption Growth Linkages in Rural Nampula Province, Mozambique", M. Sc. Thesis, Dept. of Agricultural Economics, Michigan State University (**Reimpressão**), December 18 1992.
9. The Maputo Market Study: Research Methods, March 8 1993.
- 9P. O Estudo do Mercado de Maputo: Observações Metodológicas, 1 de Junho de 1993.
10. The Organization, Behavior, and Performance of the Informal Food Marketing System, May 28 1993.
12. The Pricing and Distribution of Yellow Maize Food Aid in Mozambique: An Analysis of Alternatives, October 18 1993.
14. Liedholm, Carl and Donald Mead, "Small-scale Enterprises: a Profile", in Economic Impact: A Quarterly Review of World Economics, no. 63 (**Reimpressão**).
- 14P. Liedholm, Carl and Donald Mead, "Pequenas Empresas: Um Perfil", em Economic Impact: A Quarterly Review of World Economics, no. 63 (**Reimpressão, traduzido do Inglês**).

15. Mini-SIMA e Análises Específicas: Um Ensaio Aplicado aos Mercados de Maputo, 15 de Julho de 1993.
16. The Evolution of the Rural Economy in Post-War Mozambique: Insights from a Rapid Appraisal in Monapo District of Nampula Province.
17. Padrões de Distribuição de Terras no Sector Familiar em Moçambique: A Similaridade entre duas Pesquisas Distintas e as Implicações para a Definição de Políticas, May 1994.
18. Who Eats Yellow Maize? Some Preliminary Results from a Survey of Consumer Maize Preferences in Maputo, October 1994.
- 18P. Quem Come Milho Amarelo? Alguns Resultados Preliminares de um Inquérito sobre as Preferências dos Consumidores de Milho na Cidade de Maputo (**Traduzido do Inglês**), 10 de Novembro de 1994.
19. Diagnóstico da Estrutura, Comportamento, e Desempenho dos Mercados Alimentares de Moçambique, 4 de Julho de 1995.
20. Inquérito ao Sector Moageiro de Pequena Escala em Moçambique: Observações Metodológicas, 30 de Janeiro de 1995.
21. O Sector da Castanha de Caju - Lucros Potenciais Perdidos por Africa? (**Reimpressão**), Novembro de 1995.
22. Smallholder Cash Cropping, Food Cropping and Food Security in Northern Mozambique: Research Methods, March 1996.
- 22P. Culturas de Rendimento, Culturas Alimentares e a Segurança Alimentar do Sector Familiar no Norte de Moçambique: Métodos do Estudo, Novembro de 1996.
23. Plan of Activities for Food Security Research Project, September 1995 through August 1997, 1996.
24. Strasberg, Paul, "Smallholder Cash-Cropping, Food-Cropping and Food Security in Northern Mozambique", Ph. D. Dissertation, Dept. of Agricultural Economics, Michigan State University (**Reimpressão**), May 1997.
25. Smallholder Cash-Cropping, Food-Cropping and Food Security in Northern Mozambique: Summary, Conclusions, and Policy Recommendations, June 1997.
26. Agricultural Market Information for Family Farms in Mozambique, June 1997.
- 26P. Informação de Mercado Agrícola para o Sector Familiar em Moçambique, Junho 1997.
27. Micro and Small Enterprises in Central and Northern Mozambique: Results of a 1996 Survey, September, 1997.
- 27P. Micro e Pequenas Empresas no Centro e Norte de Moçambique: Resultados do Inquerito Realizado em 1996, Setembro de 1997.

28. Desafios Para Garantir a Concorrência e Reduzir os Custos no Sistema Alimentar de Moçambique, 12 de Maio de 1998.
29. Planning for Drought in Mozambique: Balancing the Roles of Food Aid and Food Markets, May 14, 1998.
30. Séries Históricas dos Preços de Grão de Milho Branco e suas Tendências Reais em Alguns Mercados do País, 18 de Maio de 1998.
31. What Makes Agricultural Intensification Profitable for Mozambican Smallholders? An Appraisal of the Inputs Subsector and the 1996/97 DNER/SG2000 Program, Volume I: Summary, October, 1998.
32. What Makes Agricultural Intensification Profitable for Mozambican Smallholders? An Appraisal of the Inputs Subsector and the 1996/97 DNER/SG2000 Program, Volume II: Main Report, October, 1998.
33. Household Food Consumption in Mozambique: A Case Study in Three Northern Districts, February, 1999.
34. The Effects of Maize Trade with Malawi on Price Levels in Mozambique: Implications for Trade and Development Policy, November, 1999.
35. Séries Históricas dos Preços de Grão de Milho Branco e Suas Tendências Reais em Alguns Mercados do País no Período Compreendido Entre Abril 1993 e Setembro 1999, November, 1999.
36. A Simplified Method for Assessing Dietary Adequacy in Mozambique. January, 2000.
37. Implementing A Simplified Method for Assessing Dietary Adequacy in Mozambique: A User's Manual. January, 2000.
38. A Methodology for Estimating Household Income in Rural Mozambique Using Easy-to-Collect Proxy Variables. February, 2000.
39. Comparing Yields and Profitability in MADER's High- and Low-Input Maize Programs: 1997/98 Survey Results and Analysis. March, 2000.
- 40P. Características dos Agregados Familiares Rurais nas Zonas Afectadas pelas Cheias do Ano 2000 no Centro e Sul de Moçambique. Março 2000.
- 40E. Representative Characteristics of Rural Households in Areas of Central and Southern Mozambique Affected by The 2000 Floods. March 2000.
- 41E. Smallholder Agriculture, Wage Labour, and Rural Poverty Alleviation in Mozambique: What Does the Evidence Tell Us? August, 2000.
- 42E. Smallholder Cashew Development Opportunities and Linkages to Food Security in Nampula Province, Mozambique. November, 2000.
- 42P. Oportunidades de Desenvolvimento do Sector Familiar de Cajú e sua Relação com Segurança Alimentar na Província de Nampula, Moçambique. Novembro, 2000.

- 43E. Constraints and Strategies for the Development of the Seed System in Mozambique. January, 2001.
- 44P. Prioridades de Investimento para o Desenvolvimento do Sistema de Sementes em Moçambique Relatório de Pesquisa. Setembro 2001.