

***Chuvas Tardias e Excessivas Retardam o Início da Comercialização de Milho na Zona Norte: Os Comerciantes de Pequena Escala Perspectivam Fracas Colheitas Para a Campanha de 2006/07.***<sup>1</sup>***Por: Equipa Técnica do SIMA*****1. Introdução**

Pelo sétimo ano consecutivo o Sistema de Informação de Mercados Agrícolas (SIMA) do Ministério da Agricultura esteve no campo para captar a percepção dos comerciantes e produtores de pequena escala de produtos agrícolas. O referido inquérito tomou lugar entre os dias 24 de Maio a 2 de Junho de 2007.

Esta sondagem consistiu em entrevistas formais aos comerciantes de pequena escala e alguns comerciantes de grande escala que operam grandes unidades de processamento de farinhas e rações nas zonas rurais. Também foram entrevistados alguns produtores para ouvir a sua percepção quanto às expectativas de produção.

É objectivo, deste inquérito:

- Obter informações sobre as perspectivas das colheitas, assim como as expectativas de comercialização;

E com os resultados do mesmo pretende-se:

- Partilhar a informação recolhida com os operadores da cadeia de comercialização, entre estes, compradores de produtos agrícolas de grande e média escala, processadores, transportadores, e produtores;
- Estabelecer ligações de mercados para a criação de oportunidades de mercado que têm sido um dos grandes desafios dos pequenos produtores;
- Levantar os principais problemas enfrentados pelos comerciantes e produtores na procura de mercados quer para comprar, como para vender seus produtos.
- Partilhar com o Governo para melhorar a tomada de decisão no que diz respeito ao desenho de políticas que possam contribuir para o desenvolvimento dos mercados de produtos agrícola.

O presente relatório obedece à seguinte estrutura: A secção 2 descreve a metodologia do estudo, seguida da apresentação das características dos comerciantes na secção 3. A secção 4 apresenta uma discussão sobre os aspectos da oferta de produtos, com base na oferta observada assim como as expectativas dos entrevistados. As secções 5 e 6 falam do nível de procura de produtos e mercados de

destino, e dos preços observados e esperados, respectivamente. A secção 7 discute a perspectiva dos comerciantes sobre o estado das estradas onde se encontram a comercializar, assim como o grau de facilidade de acesso aos meios de transporte. A secção 8 aborda aspectos relacionados com o conhecimento sobre o HIV/SIDA e as acções de prevenção pelos comerciantes. A secção 9 apresenta alguns problemas enfrentados pelos comerciantes e, por fim, as conclusões do estudo e suas implicações são apresentadas na secção 10.

**2. Metodologia**

Como forma de minimizar o tempo e custos para o referido inquérito tem sido utilizado o método de "amostragem oportunística (*"convenience sampling"*). Através deste método é possível entrevistar um número considerável de comerciantes de pequena escala que estão a comprar produtos agrícolas ao longo das rotas seleccionadas. Para consolidação da informação é administrado um questionário formal para todos os entrevistados. Este método permite-nos obter uma perspectiva geral de uma forma rápida e menos onerosa.

Para a realização do referido inquérito foram pré-definidas três rotas, nomeadamente: Nampula – Entre-Lagos, Nampula -Cuamba –Milange, e Beira – Tete.

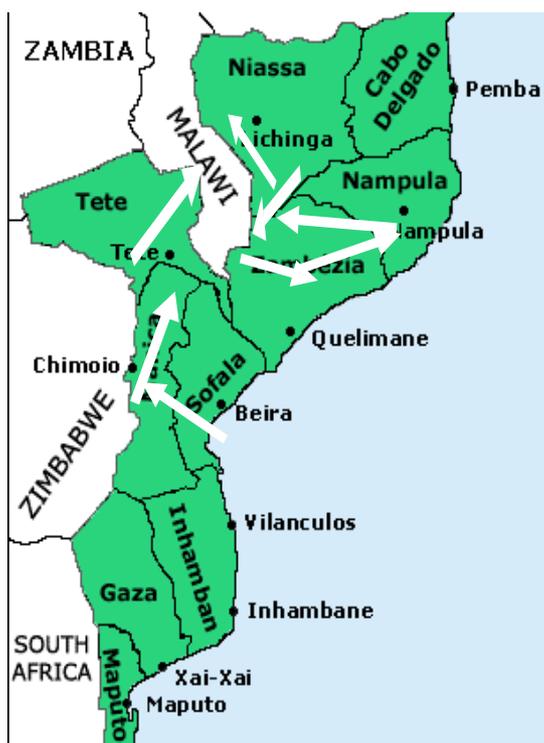
Na rota Nampula – Entre-Lagos, foram incluídos os distritos de Mecubúri, Ribaué e Malema (na Província de Nampula), e os distritos de Cuamba, Mecanhelas e Mandimba (na Província de Niassa).

Na rota Nampula-Milange: foram incluídos os distritos de Gurué, Milange, Mocuba, Ilé e Alto Molócuè (na Província da Zambézia) e o distrito de Murrupula (na Província de Nampula).

Na rota Beira – Tete foram cobertos os distritos de Nhamatanda e Gorongoza (na Província de Sofala), os distritos de Gondola, Chimoio, Manica, Barué e Guro (na Província de Manica), e os distritos de Tete e Angónia (na Província de Tete).

<sup>1</sup>As opiniões aqui expressas são da inteira responsabilidade dos autores, não reflectindo de maneira alguma a opinião oficial do Ministério da Agricultura (MINAG).

**Figura 1: Rotas do Inquérito de Janela**



### 3. Características dos Entrevistados

Para o presente ano foi possível entrevistar 199 comerciantes e produtores distribuídos da seguinte maneira: 94 entrevistados na rota Beira-Tete, 17 na Rota Nampula – Entre-Lagos e 88 na rota Nampula-Milange.

**Tabela 1: Características dos Comerciantes Entrevistados**

Características		Nampula-Entre-Lagos	Nampula-Milange	Beira-Tete
		----- Percentagem -----		
Tipo de Comerciante	Grossista	53	98	85
	Retalhista	29	2	14
Sexo	Masculino	94	90	61
	Feminino	6	10	39
Idade	Menos de 21 anos	13	8	3
	21 -40 anos	81	84	70
	Mais de 40 anos	6	8	27
Nível de Ensino Concluído	Sem Ensino	6	7	2
	Primário 1º Grau	24	46	41
	Primário 2º Grau	47	25	29
	Secundário	24	21	25
	Pré-universitário	0	1	3

**Fonte:** Dados do Inquérito de Janela, Maio/Junho 2007.

De acordo com os resultados da Tabela 1, os entrevistados

neste inquérito eram na sua maioria comerciantes grossistas tal como nos anos passados, que se encontravam a comprar grandes volumes para depois revender no mesmo local ou noutros mercados.

Em termos de distribuição de sexo e idade, encontramos mais de 90% de comerciantes de sexo masculino nas rotas da zona norte incluindo a Zambézia, contudo é de salientar a presença de um número elevado de comerciantes do sexo feminino (39%) na rota Beira-Tete. Em termos de idade dos comerciantes, a maioria tem idade compreendida entre 21 e 40 anos nas três rotas, mas na rota Beira-Tete foram entrevistados cerca de 27% dos comerciantes com mais de 40 anos.

### 4. Oferta e Expectativas Sobre a Colheita de Milho

A Tabela 2 apresenta o volume médio de milho e o respectivo tempo médio gasto para acumulação do produto. Com base na informação desta tabela, não é possível estabelecer uma relação directa entre o volume de produto acumulado e o número de dias gastos.

Por exemplo, na rota Nampula-Milange, foram encontrados comerciantes que tinham gasto entre 11 e 22 dias em média, para conseguir completar entre 4 e 12 toneladas. Em contrapartida na rota Nampula-Entre-Lagos os volumes conseguidos eram menores independentemente do número de dias que variou entre 1 e 8 dias.

**Tabela 2: Volume de Milho Comprado por Distrito**

Rota do inquérito	Distrito de compra	Número de Entrevistados	Volume médio por comerciante (ton.)	Tempo médio que levou a comprar (dia)
Nampula – Entre-Lagos	Ribáuè	1	0,1	1
	Mecuburi	3	0,5	5
	Malema	1	0,5	5
	Cuamba	3	0,4	3
	Mecanhelas	6	0,6	8
	Mandimba	3	0,3	2
Nampula - Milange	A. Molócuè	3	6	22
	Ile	13	11,5	11
	Mocuba	19	7,6	14
	Milange	16	8,0	12
Beira – Tete	Gurué	30	4,3	17
	Nhamatanda	12	10	8
	Gorongosa	25	4	12
	Chimoio	6	4,2	14
	Manica	10	9	8
	Barué	19	8	8

**Fonte:** Dados do Inquérito de Janela, Maio/Junho 2007

O Volume total de milho encontrado varia de rota para rota: A rota Nampula-Milange destacou-se com 37 toneladas, a rota Beira-Tete com 35 toneladas, e 2.4 toneladas na rota Nampula-Entre-Lagos.

#### 4.1. Quais São as Expectativas de Colheita para Campanha 2006/2007

As expectativas das colheitas para a presente campanha comparativamente à passada, variam de uma rota para outra. Olhando para os resultados por rota na Tabela 3, os comerciantes das rotas do norte nomeadamente : Nampula-Entre-Lagos (94%), Nampula-Milange (70%) acreditam que a colheita será menor comparativamente à campanha de 2005/06 em especial para o milho.

**Tabela 3:** Expectativas dos Comerciantes sobre a Colheita

Pergunta	Resposta	Nampula - Entre-Lagos	Nampula - Milange	Beira -Tete
Como será a colheita deste ano em relação ao ano passado?	Maior	7	21	43
	Menor	94	70	29
	Igual	0	1	1
	Não sabe	0	8	28
Como foram as chuvas?	Boas	12	46	32
	Atrasaram	12	0	1
	Excessivas	65	43	14
	Outro	12	11	53

Nota: Na resposta sobre COMO SERÁ A PRODUÇÃO, a opção “não sabe” reflecte outras coisas, como por exemplo, “não trabalho com a cultura”, “ainda é cedo” e “esta cultura não é praticada nesta zona”.

Fonte: Dados do Inquérito de Janela, Maio/Junho, 2007

#### A seguir passamos a citar opiniões de alguns comerciantes de pequena escala entrevistados durante o inquérito:

*“Este ano a produção de milho será fraca na maioria dos distritos do norte, devido a praga de ratos e excesso de chuvas. Contudo, haverá boa produção de mapira, mandioca, feijões (nhemba, jugo e bóer), amendoim. Também haverá boas colheitas de mandioca, o que significa que a segurança alimentar das populações na zona estará garantida,” São palavras de Isabel João.*

*“As colheitas no norte iniciaram tarde, este facto deveu-se ao atraso verificado na queda das chuvas, agravada pelas chuvas excessivas que alteraram o ciclo das culturas, por isso o milho que havia ainda está muito húmido,” Amélia Mata.*

*“As Perspectivas de produção de milho na zona centro são fracas comparativamente ao ano passado devido à queda atrasada das chuvas aliado ao facto destas não terem sido suficientes, isto também resultou na fraca produção de outras culturas resistentes à seca como a mapira,”*

*“Na zona norte, concretamente no distrito de Mandimba as chuvas caíram, um mês antes das sementeiras, pelo que os produtores não estavam preparados para iniciar com a sementeira, esta situação agravou-se com o facto das chuvas terem terminado cedo e quando recomeçaram, chovia sem parar e não dava tempo aos produtores para semearem. Os que tem alguma produção são os que*

*lançaram a semente mais de 3 ou 4 vezes”.*

#### 5. Destino dos Produtos

Na zona norte os comerciantes ainda não sabem onde vão vender a sua produção porque o vizinho Malawi teve excedentes, especialmente de milho. Segundo opinião dos locais ainda é muito cedo, para se prever a direcção do fluxo do milho, mas o início da comercialização é esperado a partir do mês de Junho. Os comerciantes nacionais aguardam pela entrada de comerciantes Malawianos como sinal do bom momento para a venda no Malawi pois quando isto acontece significa que os preços de venda estão altos.

Os comerciantes encontrados na zona de Entre-Lagos estavam a comprar milho para armazená-lo e vendê-lo mais tarde para “Export Marketing” em Cuamba.

**Tabela 4:** Locais Onde os Produtos Vão ser Vendidos

Onde vai vender o produto?	Rota		
	Nampula-Entre-Lagos	Nampula-Milange	Beira-Tete
	% de Comerciantes que Indicaram o Local		
No local de compra	29	28	31
Cidade de Nampula	29	1	0
Cidade de Quelimane	0	8	0
Milange/Malawi	12	16	0
Cidade de Chimoio	0	1	15
Cidade da Beira	0	3	23
Sul de Moçambique	0	9	27
Outro local	18	9	3

Fonte: Dados do Inquérito de Janela Maio/Junho, 2007

Na rota Beira-Tete foram encontrados cerca de 27% de comerciantes que compravam milho para ir revender nos mercados do sul do país, nomeadamente: Maputo, Manhiça, Macia, Maxixe, Vilanculos e Govuro.

De referir que de entre os vários produtos comercializados nas diferentes rotas o milho é o mais importante, seguido de amendoim que foi encontrado na rota Nampula-Milange, onde cerca de 9% de comerciantes compravam-no para ir revender nos mercados do sul do país.

Tal como na ronda anterior, encontramos comerciantes que compravam e vendiam no mesmo local, no entanto desta vez encontramos um fenómeno novo. Eles acumulam um determinado volume para depois ligarem para os comprados previamente contactados. Em termos de percentagem de comerciantes que vendiam no local de compra, encontramos 29% na rota Nampula-Entre-Lagos, 28% na rota Nampula-Milange, e 31% na rota Beira-Tete.

## 6. Quais são as Expectativas de Preços para a Campanha 2006/07

No geral, 88% dos comerciantes esperam que os preços venham a subir nos próximos 2 meses (Julho/Agosto).

Um dos comerciantes (na rota Beira – Tete) afirmou que estava a pagar 1,50 Mt por quilograma de milho e previa que este preço continuaria estavel até ao pico da colheita, mas que poderia subir nos dois meses seguintes podendo atingir 2,50 Mts/kg.

Por outro lado, a presença de grandes empresas compradoras, em especial na rota Beira-Tete, tem contribuído para a mudança rápidas de preços. Por exemplo, durante o inquérito, num intervalo de um dia o preço de milho mudou de 2,50 Mt/Kg para 2,75 Mt/Kg, na zona de Vandúzi, na Província de Manica,”

Há uma tendencia crescente no uso de balanças por parte dos comerciantes de pequena escala em detrimento das unidades de medidas tradicionais tais como as latas de 5 ou 20 litros. Este facto tem a ver com o comprador final do produto que usa balanças na compra do milho dos pequenos comerciantes assim como dos produtores. Por exemplo, alguns comerciantes da rota Beira –Tete compravam milho para revender à empresas processadoras de farinha, enquanto no troço Lioma - Milange – Mocuba os comerciantes vendem o milho aos comerciantes com licença de exportação para o Malawi. Os produtores mostram-se satisfeitos com o uso de balanças por receberem preços justos comparativamente as latas.

Os preços de milho registados durante o inquérito eram muito baixos na rota Nampula –Milange. Na opinião dos locais, isso devia-se fundamentalmente a dois factores:

- A população ainda tinha muito milho da campanha passada que não conseguiu vender;
- O milho à venda encontrava-se com elevado teor de humidade.

**Tabela 5:** Preços Actuais e Esperados Daqui a Dois Meses para Alguns Produtos

Rotas	Produtos	Preço Actual (Mt/kg)	Preço Esperado (Mt/kg)	
			Mínimo	Máximo
Nampula-Entre-Lagos	Milho	2.25	2.88	3.30
	Feijão Nhemba	6.00	5.00	6.00
Nampula-Milange	Milho	1.62	2.15	2.57
	Amend. pequeno	10.00	12.00	12.50
Beira-Tete	Milho	2.50	3.00	3.71
	Feijão Nhemba	5.00	3.60	10.20

Fonte: Dados do inquérito de Janela de Maio/Junho, 2007

## 6.1 . Informação Sobre Preços

Já há rede de telefonia móvel na maioria das zonas de produção e compra de produtos, o que tem facilitado o negócio dos comerciantes.

*“Agora já podemos telefonar para os transportadores assim que completamos a nossa carga, por outro lado podemos comunicar com nossos colegas que estão nas zonas de consumo para sabermos a quanto esta a sair o nosso milho” São palavras de uma das comerciantes que encontramos a comprar produtos no cruzamento de Macossa-Província de Manica”*

**Expansão da rede de telefonia móvel** está a facilitar o comércio agrícola. A Tabela 6, confirma que o uso do celular tem contribuído em certa medida para a melhoria das ligações entre os mercados. De salientar que os comerciantes que obtiveram a informação sobre preços através de seus colegas foi principalmente através de uso de celulares.

Isto sugere que para obter a informação sobre preços e local de compra os comerciantes usam o celular como meio de comunicação, sendo assim urge a necessidade de expansão da rede de telefonia móvel para zonas remotas onde existem grandes volumes de produção agrícola.

Os comerciantes de pequena escala quando questionados sobre a sua vontade de pagar para receberem informações sobre preços de produtos agrícolas através de mensagens de celular (sms), a maioria disse que estaria disposta a pagar, pois normalmente os compradores são os únicos detentores de informação e decidem sobre o preço de compra.

*“Os produtores já provaram que sabem ouvir e usar a informação sobre preços. Um exemplo que aconteceu em Mopeia onde um comprador de gergelim estava a oferecer 12,00 Mt/Kg e eles tinham contacto com outro comprador na Beira que oferecia 14,00 Mt. Eles fizeram contas com o custo de transporte e preferiram vender localmente. Depoimento de um dos funcionários da Visão Mundial”*

Isto mostra que os preços praticados nos mercados vizinhos são importantes, daí a necessidade de uma informação oportuna e credível para permitir ligações entre mercados.

**Tabela 6: Fonte de Informação Sobre Preços de Produtos**

Rotas	Obtém informação sobre preços através desta fonte?			Pagaria para ter informação de preços via SMS?
	Programa de rádio	Telefone celular	Conversas com colegas	
	% de Comerciantes que disseram SIM			
Nampula - Entre-Lagos	12	12	47	53
Nampula -Milange	5	22	58	90
Beira - Tete	33	44	76	76

Fonte: Dados do inquérito de Janela de Maio/Junho 2007

A rádio ainda é o meio de difusão mais abrangente apesar de não atingir a grande parte das zonas de produção, é de destacar os comerciantes. Na rota Beira-Tete 33% de respondentes disseram que tinham informação de mercados de produtos agrícolas via rádio. Contudo, é de referir que a baixa percentagem de ouvintes nas outras duas rotas são resultado do facto de os comerciantes não levarem rádios quando vão aos locais de compra e/ou venda de produtos não tendo por isso a possibilidade de escutar à rádio.

## 7. Estado das Estradas e Acesso a Transporte

Comparativamente ao ano passado, na presente campanha agrícola os comerciantes não se queixaram do mau estado das estradas como um constrangimento para o escoamento de produto.

Nas diferentes rotas do inquérito de Janela foi possível observar melhorias no estado das estradas. Por exemplo na rota Nampula – Entre-Lagos cerca de 75% dos comerciantes de pequena escala caracterizaram o estado das vias de acesso como sendo boa e sem buracos.

Os respondentes das rotas Nampula-Mocuba-Milange e Beira –Chiomio-Tete caracterizaram o estado das estradas como tendo poucos buracos ou com alguns troços maus.

**Tabela 7: Opinião dos Comerciantes Sobre o Estado das Estradas Comparativamente ao Ano Passado**

		Nampula-Entre-Lagos	Nampula-Milange	Beira-Tete
		% de comerciantes que responderam		
Estado das Estradas em relação ao ano passado	Mantém-se	13	17	26
	Melhorou	86	73	64
	Piorou	0	7	10

Fonte: Dados do Inquérito de Janela Maio/Junho 2007

Com base na informação da Tabela 7, pode-se observar que a opinião dos comerciantes quanto ao estado das estradas comparativamente ao ano passado, mudou drasticamente. De realçar que na rota Nampula-Entre-Lagos onde no ano passado a maioria (71%) dos comerciantes indicaram que o estado das estradas tinha piorado, nesta ronda a maioria (86%) disse que as estradas melhoraram significativamente. Na rota Nampula-Milange, 73% dos respondentes caracterizaram o estado das estradas como tendo melhorado, assim como na rota Beira-Tete (64%).

Contudo, de referir que mesmo aqueles comerciantes que se referiram ao facto do estado das estradas ter piorado apenas referiam-se a alguns troços nos casos das rotas de Nampula-Milange e Beira-Tete.

**Tabela 8: Acesso ao Transporte pelos Comerciantes**

		Nampula-Entre-Lagos	Nampula-Milange	Beira-Tete
		% de comerciantes que responderam		
Como tem transportado o produto?	Transporte de retorno	0	39	84
	Bicicleta	29	3	1
	Chapa	24	11	0
	Comboio	6	0	0
	Transporte especializado	6	11	3
Número de dias à espera de transporte	Até 7 dias	100	85	99
	Mais de 7 dias	0	15	1
	Moda	1	1	1

Nota: Moda = valor de maior frequência

Fonte: Dados do Inquérito de Janela Maio/Junho 2007

## 8. Conhecimento e Prevenção Contra o HIV/SIDA

Nas três rotas, os comerciantes de pequena escala tem conhecimento sobre a doença do HIV/SIDA. Quando questionadas sobre formas de prevenção, as respostas foram variadas de uma rota para outra. Por exemplo, na rota Beira-Tete, mais de metade (57%) disse que usa preservativo, contra apenas 35% na rota Nampula-Cuamba –Entre-Lagos e 23% na rota Nampula-Mocuba-Milange. No entanto, é de salientar que ainda existe um grande número de comerciantes (41%) que ainda não toma nenhuma medida de prevenção contra a doença na rota Nampula-Cuamba-Milange.

## 9. Que Problemas Foram Reportados Pelos Comerciantes?

Os comerciantes de pequena escala continuam apresentar vários constrangimentos no desenvolvimento do seu negócio na expectativa de receberem ajuda de quem de

direito. Dentre os vários problemas mencionados passamos a apresentar os mais importantes:

- **Problema de Comunicação:** ainda constitui o principal desafio para o desenvolvimento dos mercados, por exemplo os comerciantes do Distrito de Mecubúri lamentam a falta de rede de telefonia móvel porque poderiam comunicar-se com os comerciantes facilitando as suas actividades.
- **Problema de Pragas e doenças:** Em Mandimba: a produção esta muito fraca porque houve uma grande praga de ratos no acto da sementeira. No troço Lioma – Milange, os produtores queixaram-se presença de gorgulho no milho ainda em campo, que ataca especialmente uma variedade Malawiana de ciclo curto, conhecido localmente por “*Fourty-one*” (41 dias).
- **Problema de acesso ao credito:** O acesso a financiamento para a comercialização continua a ser uma das preocupações, os comerciantes pedem financiamento para comprar os produtos agrícolas.
- **Problemas de água:** Os comerciantes reclamam a falta de água potável para o seu consumo durante a sua estadia nos locais de compra. Eles são obrigados a comprar agua que os locais que vao buscar em sítios distantes
- **Problema de qualidade do produto:** As grandes empresas queixam-se pelo facto dos produtores estarem a vender milho ainda húmido, e algumas empresas foram forçadas a comprar estufas para secar o milho, razão pela qual começaram a pagar preços muito baixos.
- **Problemas de balanças:** O uso de balanças pelos grandes compradores tem criado uma certa concorrência nas zonas de compra, pois os pequenos comerciantes reclamam pelo facto de levarem muito tempo para completar o seu produto porque os produtores preferem a balança com relação as latas.

## 10. Conclusões e Implicações

A campanha de comercialização 2006/07 iniciou tardiamente na maioria das zonas de produção, facto que foi atribuído as chuvas que caíram tarde e de uma forma irregular. Aquando do inquérito de Janela a zona norte ainda estava no inicio da comercialização especialmente na rota Nampula-Entre-Lagos que incluí os distritos de ribaué, Mecuburi, Maleta, Cuamba, Mecanhelas e Mandimba, onde conseguimos observar volumes pequenos de milho. No entanto, na zona centro a comercialização já estava a decorrer normalmente.

Quanto as expectativas de preços espera-se que subam mas não na magnitude esperada, por isso o Sistema de

Informação de Mercados deverá monitorar os preços em especial nestas zonas de forma a acompanhar as mudança de preços registadas.

Relativamente as **vias de acesso**, houve melhorias relativamente ao ano passado, pois de uma maneira geral as vias estão transitáveis mesmo aquelas com muitos buracos encontradas no troço de Namupula-Mocuba-Milange e Beira-Tete. Isto sugere que o programa de reabilitação de infra-estruturas de transporte e comunicação têm registado grandes avanços no âmbito do programa do Governo o que se tem traduzido no impacto positivo no desenvolvimento do comércio. Contudo, este programa deverá estender-se para as estradas secundárias e terciárias para permitir melhor ligação para os pequenos produtores rurais que são tomadores de preços por falta de opções de mercados devido ao seu isolamento o que faz com que a maioria vende o seu produto a preços baixos.

Em relação a **rede de comunicação**, a rede de telefonia móvel tem sido um dos catalisadores da dinâmica da comercialização, pois comerciantes não precisam de aventurar-se para as zonas de compra sem saber onde vão comprar. Por outro lado, quando completam as suas compras podem comunicar-se com transportadores conhecidos para virem fazer o carregamento.

A questão do **acesso a Informação através da rádio** pelos pequenos comerciante e produtos ainda é limitado. Sendo a radio ao meio mais abrangente o acesso a informação através deste meio merece a maior atenção pois o seu custo representa um desafio na medida que os custos da informação são proibitivos. Isto sugere que sendo a radio um bem público o Governo deveria estudar estratégias de providenciar informações sobre preços para os pequenos produtores a custos relativamente baixos ou subsidiados de forma a aumentar o acesso a informação para os pequenos produtores e como forma de responder as necessidades de informação para estimular a concorrência.

O uso de novas medidas de venda como **balanças** é um sinal de presença de grandes compradores na comercialização de produtos agrícolas. Estas iniciativas são bem-vindas porque criam uma certa concorrência o que concorre para que o produtor possa receber preços justos.

Quanto ao **conhecimento e prevenção do HIV/SIDA**, há uma necessidade continua de campanhas de sensibilização dos comerciantes de pequena escala sobre os métodos de prevenção do HIV/SIDA. Este grupo alvo é vulnerável na medida que os comerciantes ficam muito tempo fora das suas zonas de origem e longe dos seus familiares.

=====  
Contactos: MINAG/DE/DEST/SIMA, tel. 21 46 01 31; FAX 21 46 01 45 / 21 46 02 96

Email: [sima@map.gov.mz](mailto:sima@map.gov.mz) Website: [www.aec.msu.edu/agecon/fs2/mozambique](http://www.aec.msu.edu/agecon/fs2/mozambique) ou [www.sima.minag.org.mz](http://www.sima.minag.org.mz)