

23 de Setembro de 2003

Flash

No 37P

Resultados das Pesquisas do SIMA-DEST e Departamento de Análise de Políticas
MADER-Direcção de Economia<http://www.aec.msu.edu/agecon/fs2/mozambique/flash37p.pdf>

*A Informação: Alavanca de Baixo Custo para o Desenvolvimento dos Mercados Agrários?**

Por: Anabela Mabota, Pedro Arlindo, Antonio Paulo, e Cynthia Donovan

O SIMA: O Ministério de Agricultura e Desenvolvimento Rural (MADER), através do Sistema de Informação de Mercados Agrícolas (SIMA), em funcionamento desde 1991, recolhe, processa e dissemina informação semanal sobre preços de um conjunto de produtos básicos em diferentes níveis de venda e em mercados chaves no país (Santos, et al., 2002). Esta informação tem vindo a ser utilizada por diferentes grupos (sector público e privado) nomeadamente: produtores, comerciantes, ONGs, consultores, académicos e tomadores de decisão.

O SIMA tem feito um esforço para servir a uma multiplicidade de utentes dos sectores privado e público, usando uma variedade de meios de comunicação, com informação variada, contribuindo para o desenvolvimento dos mercados agrícolas no país. No entanto, numa situação de orçamento limitado, uma pergunta importante é a seguinte: Vale a pena investir num sistema público de informação de mercados, como o SIMA e os SIMAs Provincias (SIMAPs)?

DESENVOLVIMENTO NOS MERCADOS:

“Havia aldeias ... onde as pessoas não tinham alimentos suficientes e não sabiam aonde conseguir comida, ao mesmo tempo que haviam aldeias com produção e não tinham mercado. Com informação credível e apropriada, o governo depende do sector privado para conseguir que os excedentes sejam levados às áreas deficitárias ...” (Dembele as quoted in Sansoni 2002).

Estas são palavras do Dr. Nango Dembele, um economista especialista em mercados, que faz uma comparação sobre a economia do Mali “antes” e “depois” de ter um sistema de informação de mercados agrícolas a funcionar, no âmbito das reformas das políticas alimentares para uma economia liberalizada.

Em Moçambique, com políticas orientadas à economia de mercado, nota-se um aumento da actividade económica nas zonas rurais a cada dia que passa. Em 1994, era possível permanecer na estrada que liga Nampula a Cuamba e durante dois dias passarem apenas três veículos. Os produtores tinham que pedir “boleia” para poderem transportar o seu milho ou feijões aos mercados e conseguir insumos, sem saber se os preços nos mercados seriam suficientes para pagar o transporte. Para os produtores em muitas zonas, era impensável a vinda de pelo menos um comerciante.

Hoje, um número cada vez maior de produtores tem a oportunidade de vender produtos, ao mesmo tempo que os comerciantes procuram uma multiplicidade de produtos em muitas partes do país, como resultado do processo de consolidação da economia de mercado. Actualmente, quem tem mais informação sobre a procura, oferta e preços tem grande vantagem no processo de negociações e nos seus negócios.

DIFUSÃO E FREQUÊNCIA DA INFORMAÇÃO DO SIMA: O SIMA tem adoptado novas iniciativas de disseminação da sua informação que incluem a divulgação semanal da informação de mercado nos jornais, rádios, televisão, fax, email e internet.

A Tabela 1, que segue apresenta as edições publicadas pelo SIMA desde 1991.

Tabela 1: Publicações do SIMA de 1991 até Setembro de 2003

Tipo	Número
Boletim <i>Quente Quente</i> (semanal)	428
Boletim Mensal	146
Boletim <i>Flash</i>	12
Relatórios de Pesquisa	15

Fonte: SIMA, 2003. MADER/Depto. de Estatística.

Além destas publicações a base de dados de preços do SIMA é utilizada por outros utentes no país e no exterior. Desde a criação do SIMA até agora, 20 estudantes universitários fizeram os seus trabalhos de tese usando estes dados e outras informações. Pelo menos 54 assessores e consultores solicitaram o acesso à base de dados do SIMA. A informação do SIMA também aparece nas publicações mensais do FEWSNET e do MIC/DNC no âmbito duma colaboração entre SIMA e seus parceiros.

BENEFICIÁRIOS DA INFORMAÇÃO: Para analisar os benefícios do SIMA, também é importante saber quantas famílias estão recebendo informação. Com base nos dados do Trabalho de Inquérito Agrícola (TIA) 2002, 1.080.000 agregados familiares rurais receberam informação sobre preços em todo o país naquele ano. Além disso, pelo menos 15.000 exemplares do Jornal Notícias estão vendidos com a informação do SIMA nas páginas económicas às Sexta-feiras.

Na Tabela 2, pode-se observar a percentagem de agregados rurais entrevistados no TIA 2002 que receberam informação de preços. Em Nampula 66% recebem, e em Manica 59% dos agregados recebem informação. Em ambas as províncias existem programas radiofónicos semanais de divulgação de preços e outras informações do mercado. A informação nestes programas é lida em línguas locais, têm uma grande cobertura geográfico, e mesmo famílias que não têm rádios dirigem-se às casas dos vizinhos para ouvir.

O impacto do acesso à informação de mercados sobre o desenvolvimento dos mercados agrários é difícil de medir. Primeiro, podemos saber quantas pessoas recebem a informação, mais não sabemos se a utilizam e como. Segundo, como indicado no

Tabela 2: Agregados Familiares Rurais com Acesso a Informação sobre Preços

Provincia	AF com informação dos preços (%)
Niassa	29
Cabo Delgado	36
Nampula	66
Zambezia	22
Tete	25
Manica	59
Sofala	26
Inhambane	13
Gaza	9
Maputo	17
Nacional	35

Fonte: TIA 2002. MADER/Depto. de Estatística

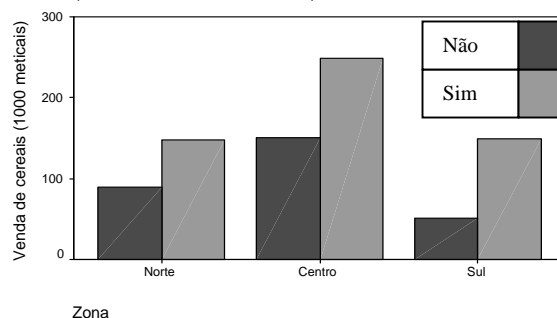
Estudo dos Utes, (Euipe Técnica do SIMA 2001a) To sector privado combina a informação publica com as suas fontes individuais. Também a utilização da informação na comercialização depende de outros investimentos em outras infraestructuras básicas, como estradas e transporte.

Contudo, os resultados do TIA 2002 sugerem existir uma relação entre agregados com informação e a sua participação no mercado (ver figuras 1 e 2). Estes dados também sugerem que nas regiões aonde as pessoas tem acesso à informação participaram mais no mercado de venda de cereais, feijões e amendoim nas regiões norte, centro e sul do país. Por outro lado, parece existir uma complementaridade entre o acesso a informação e a provisão dos serviços de extensão, isto é, parece que as pessoas que beneficiaram dos serviços de extensão pública também tiveram mais acesso à informação.

Figuras 1 e 2: Vendas e Acesso à Informação sobre Preços (Sim ou Não)

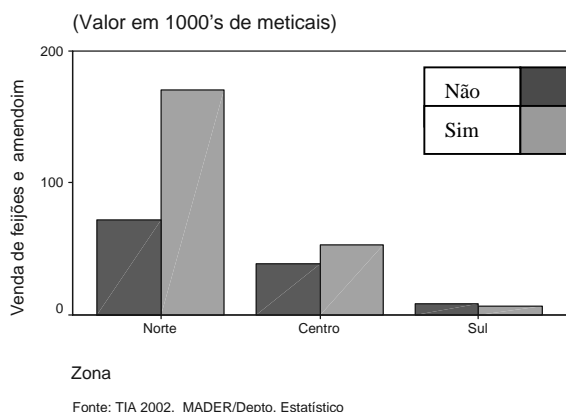
Figura 1: Vendas de Cereais

(Valor em 1000's de metcais)



Fonte: TIA 2002. MADER/Depto. Estatístico

Figura 2: Vendas de Feijões e Amendoim



CUSTOS DO SIMA EM 2002: Em 2002, o custo operacional do SIMA Nacional, incluindo salários, comunicação e transporte, chegou a um total de quase 3,3 mil milhões de meticais. A Tabela 3 abaixo apresenta o orçamento detalhado do SIMA e SIMAPs para 2002.

Tabela 3: Custos anuais do SIMA e SIMAPs em 2002

Sistemas de Informação	Custo (Mt)
SIMA Nacional	2.447.472.934
SIMAP de Nampula	749.876.840
SIMAP de Manica	82.957.500
Total	3.280.307.274

Fonte: SIMA e PAAO, 2003

Os custos do SIMA têm que ser vistos tendo conta o número de pessoas que se beneficiam da informação. Usando os resultados do TIA 2002, o custo médio do investimento num sistema de informação pública em Moçambique foi de 2.267 Meticais por cada família produtora que indicou ter recebido informação de preços em todo o país. O custo seria mais baixo contando com utentes do sector comercial e governo.

Para a província de Nampula, o orçamento de funcionamento do SIMAP para 2002 indica que, para chegar a comunicar com quase 450.000 agregados familiares naquela província, o Estado precisou de apenas 1.694 Meticais por agregado familiar para todo o ano.

DESAFIOS INSTITUCIONAIS E EXPERIÊNCIA DO MALI: A análise dos custos e benefícios do SIMA pode ser feita com base na do

Observatório dos Mercados Agrícolas do Mali (OMA), antigamente chamado Sistema de Informação do Mercado (SIM) é um exemplo do potencial que têm as inovações institucionais com participação do sector privado.

Um desafio, mas ao mesmo tempo um perigo para um sistema de informação de mercado é que, se a informação chega tardiamente aos seus utentes, ou se há falhas na sua produção e/ou disseminação, esta perde valor. Para isso é necessário muito cometimento técnico. Mas um orçamento básico e contínuo é outra condição chave para o sucesso de um sistema de informação. Se as comunicações não chegam um dia ou se os correios não entregam a informação a tempo, todos perdem. Para um sistema de informação, a palavra “*paciência*” é sinónimo de morte do sistema.

No Mali, problemas com o desembolso atempado dos fundos para o OMA levaram a que este fosse estrategicamente transferido dum Ministério para funcionar dentro duma Associação Nacional de Produtores. O Estado continuou a garantir atempadamente cerca de 80% do orçamento de funcionamento do OMA. Porque o dinheiro é gerido fora da instituição do Estado, ele é entregue no início de cada ano. Assim, não existem os transtornos de se esperar pelos fundos do Ministério todos os meses (ou sempre que isso seja necessário). Ao mesmo tempo, o OMA tem algumas actividades e operações que o tornam rentável. Por exemplo, o sector privado paga pelas análises ou por cada tipo de informação especial solicitada, como os dados de preços mensais dum produto específico.

INOVAÇÕES E OPORTUNIDADES: Moçambique pode fazer inovações institucionais apropriadas para assegurar um bom futuro para um sistema de informação de mercados no país, com base numa aprendizagem da experiência do OMA do Mali e de outros sistemas de informação de mercados em África e no mundo. Dentre as várias inovações conseguidas pelo SIMA, a mais recente é a descentralização do próprio SIMA através do estabelecimento de sistemas provinciais (SIMAPs). Até agora, cinco das 10 províncias de Moçambique já experimentaram ter um SIMAP, e as

experiências são diferentes variando de província para província¹.

Por exemplo, existe neste momento, em Nampula, uma parceria entre o sector privado e o sector público que está a refortalecer o SIMAP, para prover informação aos produtores, assim como grupos associados de produtores. Essa informação inclui preços e perspectivas do mercado para produtos diversos. Algumas ONGs participam na coordenação do intercâmbio de informações entre associações de produtores, o sector privado participa na provisão de informações sobre a compra e venda, e a Direcção Provincial da Agricultura e Desenvolvimento Rural (DPADR) serve de base institucional para o SIMAP. A difusão da informação na rádio é assegurada com o apoio das ONGs e de analistas da DPADR.

Os SIMAPs não são um substituto do SIMA nacional. A relação entre ambos é de parceiros, cada um dependendo do funcionamento do outro, e cada um com a sua responsabilidade clara e específica. O SIMA tem um sistema consistente de preços e outra informação, com metodologias consistentes de recolha da informação. Cada SIMAP, por seu turno, pode gerar e difundir a informação local para os produtores e comerciantes, mas precisa de também ser consistente, para que a sua informação seja comparável com a informação dos outros.

O SIMA dá assistência técnica e também faz análises mais profundas, juntando a informação provincial para ver a situação regional e nacional. Por isso, é preciso que haja pessoal bem formado para todo o sistema. As análises de preços e mercados precisam de técnicos especializados, o que neste momento não é possível em cada província.

O PAPEL FUTURO DO SIMA: A informação de mercados agrários é importante do ponto de vista de eficiência económica, desempenho e equidade. A informação atempada melhora o desempenho dos mercados porque aumenta o conhecimento dos compradores e vendedores sobre os valores disponíveis de oferta, procura e

outros elementos que afectam o preço. Numa economia de mercado funcional é necessária a informação de mercados para o desenho de estratégias de desenvolvimento económico e agrícola do país. Informações sobre novas oportunidades são um incentivo para melhorar a participação dos produtores, dada as características do sector familiar produtivo em Moçambique.

Neste contexto, o trabalho realizado pelo SIMA pode ajudar a entender o comportamento dos preços, interpretando os movimentos e as tendências. Contudo, reconhece-se que a informação por si só não é suficiente, há uma necessidade urgente dum melhor coordenação entre as actividades dos diferentes parceiros de desenvolvimento.

A falta de informação pode resultar numa redução de oportunidades para os agentes que não a têm, sobretudo os produtores em zonas isoladas, onde as pessoas não têm ideia sobre o melhor momento de venda, assim como o melhor preço nesse momento. Por estas razões os produtores gostavam do sistema antigo, em que os preços eram determinados com antecipação e controlados pelo governo. Também gostavam de ter compradores garantidos, pois apenas desta forma sentiam-se assegurados sobre possíveis variações de preço e outras mudanças não previstas.

Só que os custos e problemas de manter um sistema de preços administrativos, aliados à dependência num único produto, (milho), limitavam o número de opções assim como o crescimento. Agora, os produtores têm a informação como alavanca que ajuda a mover os mercados de produtos agrários das zonas de produção para as zonas de consumo e vice-versa. Em Moçambique neste momento o MADER através do SIMA está a providenciar informação de mercados, mas ainda existe muito que fazer e o desafio reside na capacidade de dar resposta às necessidades dos diferentes grupos-alvo.

REFERÊNCIAS

Dembele, Niama Nango. 2003. *Impact Of The Malian Cereals Market Reform Program On Farmers*. Policy Synthesis No. 68. East Lansing: Michigan State University.

¹ Incluindo a Cidade de Maputo, Moçambique tem 11 províncias. Contudo, a Cidade de Maputo não tem uma DPADR por se tratar de uma cidade. Por esta razão, referimo-nos a 10 e não 11 províncias.

- DPA/Nampula. 2002. Plano Anual de Actividade e Orçamento (PAAO). 2002 de Nampula. Nampula: Direcção Provincial da Agricultura e Desenvolvimento Rural (DPADR) de Nampula.
- Equipe Técnica do SIMA. 2001a. Avaliação das Necessidades dos Utentes do SIMA. MADER/DAP Relatório No.45P. Maputo: Direcção de Economia, Departamento de Análise de Políticas, MADER.
- Equipe Técnica do SIMA. 2001b. Informação para o Sector Privado Agrícola: Novos Serviços do SIMA em Apoio aos Produtores, Comerciantes e Processadores do Sector Agrícola. MADER/DAP Relatório No.46P. Maputo: Direcção de Economia, Departamento de Análise de Políticas, MADER.
- FEWSNET. 2003. Actualização da Segurança Alimentar em Moçambique: 29 de Maio 2003. Maputo: FEWSNET.
- MADER. Trabalho do Inquérito Agrícola (TIA), 2002. Maputo: Direcção de Economia, Departamento de Estatística, MADER.
- MADER. Plano Anual de Actividade e Orçamento (PAAO), 2002. Maputo: MADER.
- MIC/DNCI. 2003. Boletim Mensal de Comércio Agrícola, No. 59 (Julho). Maputo: Direcção Nacional de Comércio Interno (MIC/DNCI).
- Sansoni, Sylvia. 2002. Silicon Mali. *Forbes Magazine*, 04 February.
- Santos, A.P., C. Donovan, D.C. Abdula, D. Tschirley, e P. Arlindo. 2002. Passado, Presente e Futuro do Sistema de Informação do Mercados Agrícolas (SIMA). MADER/DAP Relatório No. 50P. Maputo: Direcção de Economia, Departamento de Análise de Políticas, MADER.

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

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