

## *Uma Breve Análise do Desempenho do Mercado de Castanha de Caju na Última Campanha 1996-7 em Alguns Distritos de Nampula*

### **Introdução**

O caju é uma das mais importantes culturas de rendimento em Moçambique, quer em termos de geração de divisas, quer de fonte de rendimento para pequenos produtores do sector familiar. Devido à sua importância a nível macro e micro, esta cultura tem sido foco de fortes debates sobre a melhor maneira de assegurar o seu futuro e maximizar o seu contributo para todos os actores no subsector: produtores, comerciantes, empresas processadoras, e o país em geral. Até à data, o enfoque deste debate tem sido quase exclusivamente sobre o nível da taxa sobre exportações de castanha não processada. Embora importante, este assunto é apenas um dos assuntos prioritários que têm que ser investigados para desenhar e executar um programa coerente de fomento a longo prazo para o subsector.

Uma grande parte destes “outros” assuntos prioritários pode ser resumida no conceito de **mecanismos de coordenação** entre os vários actores no subsector. Este conceito chama atenção para questões do papel e actividades apropriados e necessários para os diferentes actores no sistema e as formas de relacionamento entre estes actores; chama atenção também para o conjunto de instituições, tecnologias, políticas e programas necessários para garantir um desenvolvimento forte e sustentável para o subsector; chama atenção, enfim, para os detalhes de organização do subsector para atingir os objectivos preconizados. Na busca de uma estratégia coerente para este subsector em Moçambique, é necessário que o debate de política passe a lidar com estes assuntos.

E nesta óptica que a Direcção de Economia do Ministério de Agricultura e Pescas, através do Projecto de Segurança Alimentar (PSA), está a iniciar um estudo sobre a cultura de caju.<sup>1</sup> Como primeiro passo neste

estudo, o PSA recolheu informação de preços de castanha de caju nos distritos de Angoche, Mogovolas, Moma e Nacaroa da provincia de Nampula durante algumas semanas da última campanha. Esta recolha foi feita em dois níveis para possibilitar uma certa avaliação do desempenho dos mercados em termos de competitividade e eficiência. Os preços ao **produtor** são aqueles preços que os comerciantes pagaram aos produtores nas aldeias onde a produção foi realizada. Estes comerciantes podem ser lojistas rurais (“retalhistas”), comerciantes ambulantes, ou comerciantes informais residentes nas aldeias. Os preços a nível de **retalhista** são os preços que estes comerciantes receberam ao venderem o produto à fábrica processadora de castanha ou ao grossista exportador de castanha não processada. Esta recolha temporaria que se fez durante a última campanha será institucionalizada dentro do SIMA para as campanhas subsequentes, expandindo-se para as provincias de Gaza e Inhambane, para além de Nampula.

Para complementar estas informações de preços, o PSA obteve dados secundários sobre volumes de produção e comercialização por distrito e empresa na provincia de Nampula. No tocante a produção, estimativas indicam que em Nampula foram comercializadas cerca de 26 mil toneladas de castanha na campanha 1996/7. Nos distritos onde os preços de castanha foram observados, cerca de 15 mil toneladas foram comercializadas (o que representa cerca de 58% do total comercializado na provincia). No distrito de Mogovolas a comercialização foi estimada em cerca de 7800 toneladas. Com base nestas estimativas de produção e comercialização, os preços apresentados neste *Flash* são considerados bons indicadores das condições actuais enfrentadas por uma maioria significativa de produtores de castanha em Nampula. Os preços no distrito de Mogovolas são claramente representativos do mais importante grupo de produtores na provincia.

E com estas informações de preços, produção e comercialização de castanha que apresentamos a seguir análises sucintas e conclusões preliminares sobre o desempenho do mercado e as necessidades de pesquisa

\* As opiniões aqui expressas são da inteira responsabilidade do Projecto de Segurança Alimentar e não reflectem a posição oficial do Ministério de Agricultura e Pescas.

para dinamizar o subsector do cajú.

### O Comportamento dos Participantes na Comercialização

Um aspecto positivo nesta campanha foi a entrada de novos intervenientes na comercialização da castanha. Com mais frequência regista-se, ao nível de produtor, um maior número de “intervenientes.” A acrescentar, novas entradas na indústria de processamento fazem igualmente sentir maior pressão competitiva na comercialização o que aumenta a procura e preços ao produtor. Contudo, tradicionais compradores de castanha como as notáveis companhia de Caju-Nacala, a J.F.S, a E.T.A., Entrepósito, Cassim Salimamad, Gani Comercial, e a Has-Nur mantêm a sua presença na comercialização.

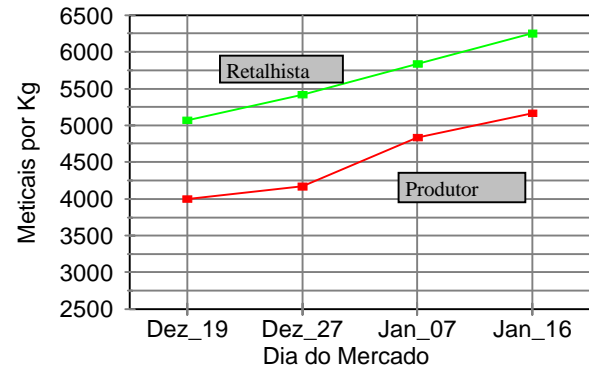
Nossos inquiridores de mercado também notaram que, ao contrário do modelo tradicional de recorrência ao banco para a concessão de créditos para a comercialização, existem muitos casos de relativa independência dos intervenientes, isto é, existem com relativa frequência casos de utilização de fundos próprios. Salientam-se casos em que, quando a procura aumenta e preços sobem, a manutenção da participação na comercialização tem sido feita com fundos adicionais provenientes de arranjos com potenciais compradores, como a companhia ou fábrica. Isto naturalmente afecta o preço recebido a este nível.

A evolução da campanha mostra que dada a concorrência ao nível retalhista começa a surgir uma maior diversificação de incentivos aos produtores. Para além de preços, intervenientes ao nível produtor procuram conceder aos produtores outros incentivos tais como sabão, sal, açúcar, lenços/capulanas e bolachas quando estes conseguem juntar maiores quantidades de castanha. Por exemplo, muitos compradores entregaram capulanas a produtores que venderam entre 50 a 100kgs, enquanto noutras vendas acima de 100kgs o pagamento incluía para além do preço monetário determinado pela oferta e procura, açúcar, farinha, sabão e lenços.

### O Comportamento dos Precos da Castanha aos Níveis do Produtor e Retalhista

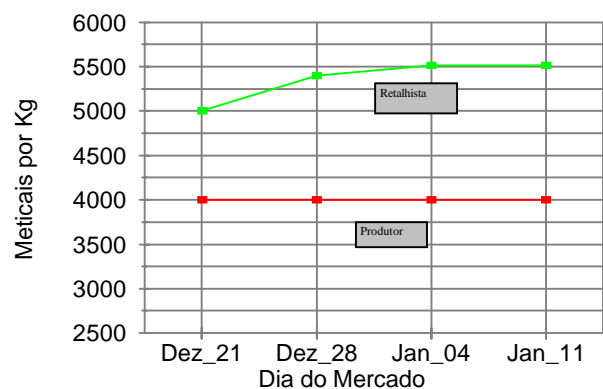
Durante a campanha de comercialização salientam-se os seguintes factos importantes: (1) os preços da castanha subiram, (2) a subida de preço num nível do sistema de comercialização foi traduzida numa subida de preço ao outro nível e, (3) em geral, as margens de comercialização entre os diferentes níveis do sistema se mantiveram estáveis, com possíveis excepções, durante o período de observação.

**Figura 1.** Precos da castanha de cajú aos níveis retalhista e produtor, distrito de Mogovolas, provincia de Nampula, 1996



Isto é, como os gráficos mostram, os preços tanto ao produtor como ao retalhista subiram durante o período de observação com excepção de Angoche onde os preços ao produtor se mantiveram nos 4000Mts/kg. A constante subida de preços durante a época de comercialização deveu-se provavelmente ao aumento da competição pela castanha bruta e, a relativa baixa produção em 1996/7 devido a factores climáticos observados durante a campanha agrícola. Contudo, os níveis de preços, com excepção de Angoche, permitiram que as margens de comercialização se mantivessem relativamente estáveis nos locais observados. Por exemplo, em Mogovolas onde os preços ao produtor foram mais altos, as margens foram da ordem dos 27-

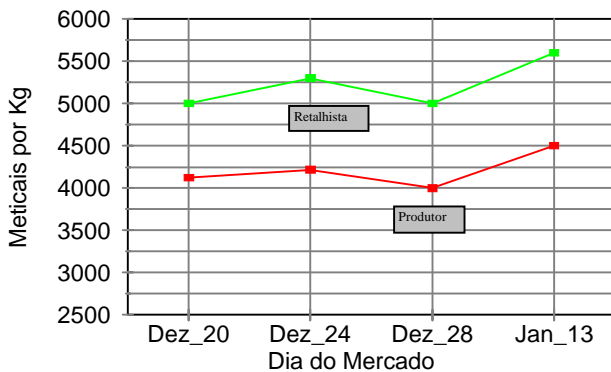
**Figura 2.** Preços da castanha de cajú aos níveis retalhista e produtor, distrito de Angoche, Provincia de Nampula, 1996



30% muito embora no final da campanha tenham se mantido nos 21%. Em Moma onde os preços foram relativamente estáveis, as margens também se

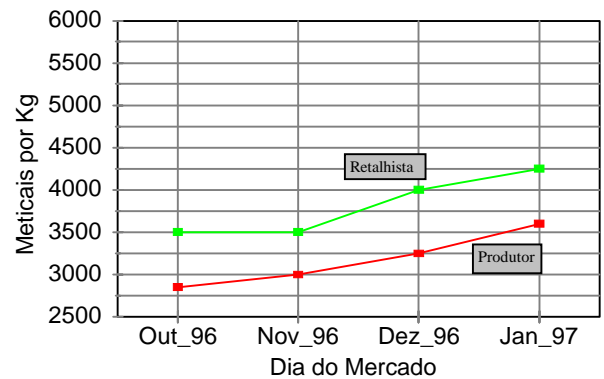
mantiveram na ordem dos 21-26%. Facto notório foi a manutenção do mesmo preço ao produtor durante o período de observação em Angoche, quando as margens subiram para se manterem na ordem dos 38%.

**Figura 3.** Preços de castanha de cajú aos níveis retalhista e produtor, distrito de Moma, Província de Nampula, 1996



Em Nacaroa, contudo, no início da campanha os preços foram relativamente baixos quando comparados com preços posteriormente praticados em outros distritos. Os preços ao produtor não atingiram os 4000Mts/kg enquanto ao retalhista este foi o preço máximo obtido. As margens de comercialização variaram entre 17-23% ao longo do período de observação. A razão deste comportamento parece-se relacionar com a publicação tardia dos preços de referência. Isto é, a semelhança de outros distritos do Norte de Nampula, Nacaroa possui padrões agroecológicos que lhe permitem colheita de castanha relativamente mais cedo que outros distritos a Centro e a Sul da província. Este facto teve grandes implicações nos preços esperados atendendo ao sistema de preços de referência. Por exemplo, na campanha passada, a discussão sobre a taxa de exportação a aplicar ditou de certo modo a publicação tardia dos preços de referência. Como resultado, compradores em Nacaroa e distritos afins iniciaram a compra da castanha utilizando preços mínimos da campanha 1995/6. Quando os preços da campanha corrente foram publicados e compradores começaram de facto a competir pela castanha, a campanha de comercialização já estava na etapa final nesta área. A implicação foi que produtores receberam preços mais baixos que aqueles que posteriormente vieram a ser praticados em outras zonas da província.

**Figura 4.** Preços de castanha de cajú aos níveis retalhista e de produtor, distrito de Nacaroa, Província de Nampula, 1996



De notar também que os preços ao nível retalhista subiram e este padrão foi transmitido ao nível produtor, o que se traduziu em margens de comercialização relativamente estáveis. Parece haver mais competição na comercialização e esta tem beneficiado aos produtores da castanha com possíveis exceções de locais como Angoche e Nacaroa como se pode observar nos gráficos apresentados. Note-se que os preços ao nível retalhista não incluem o custo de transporte, como tal reflectem somente o que se passou nos pontos de compra ao retalhista.

O episódio de Nacaroa permite fazer a seguinte pergunta: já que (1) os preços de mercado em Nacaroa e em outros lugares da província foram na maioria mais altos que o preço de referência (3500 MT/kg) e, (2) os preços ao nível do produtor seguiram as oscilações ao nível de retalhista (o que significa que incentivos a um nível foram transmitidos para outros níveis), como fazer com que os produtores estejam melhor informados no início da campanha de comercialização? Preços de referência são uma forma quando estes são publicados a tempo, mas não haverá outras formas mais dinâmicas?

## Conclusões

As informações acima permitem tirar as seguintes conclusões preliminares:

- (1) os preços tenderam a subir a todos os níveis do sistema de comercialização, e como tal, existem já benefícios de maior competitividade na actividade de comercialização da castanha; e esta maior competitividade está permitindo uma estabilização das margens de comercialização, enquanto mantém preços ao produtor ao mais alto nível,

- (2) os incentivos oferecidos por compradores de castanha ao nível do produtor indicam que os produtores estão a receber preços finais melhores e mais altos que os monetários aqui publicados, uma vez que artigos de uso pessoal e alimentos são utilizados como complemento ao preço,
- (3) verifica-se maior dependência em autofinanciamento da actividade de comercialização com procura de fundos adicionais dentro do sector em vez do tradicional modelo de recorrência ao banco e ao financiamento das fábricas verificado há anos, e
- (4) a publicação tardia dos preços de referência prejudica os produtores nas zonas em que por razões agro-ecológicas iniciam a comercialização mais cedo. Este ponto sugere que, caso houver a necessidade de estabelecer um preço de referência, sua divulgação atempada é importante. Para além disto, é muito importante divulgar os preços praticados e a disponibilidade de estoques em outras zonas produtoras dentro e especialmente fora do país.

A terminar, um dos desafios mais importantes para o sector do caju é como prover os camponeses produtores da castanha de mais e melhor informação dinâmica sobre o mercado local e internacional que lhes permita um maior poder de negociação com os possíveis compradores. Isto se torna mais importante ainda, e especialmente, no início da campanha de comercialização quando o processo de descoberta do preço inicia para a identificação dos níveis de procura e oferta total da castanha.

---

### **Notas**

1. Este estudo fará parte do trabalho do Grupo de Trabalho sobre Caju, um grupo multi-institucional que abarca o governo, doadores, processadores e produtores de caju.