



**REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE**

**MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA E COMÉRCIO**

**PLANO INTEGRADO DA COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA**

**PARA 2013 - 2020**

Aprovado em 24 de Junho de 2013 pelo Conselho de Ministros

**Maputo, Abril de 2013**

## INDICE

SUMARIO EXECUTIVO.....	3
LISTA DE ABREVIATURAS .....	10
<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>1.1. Contextualização.....</b>	<b>11</b>
1.1.1 Quadro institucional e regulador.....	11
1.2. <i>Enquadramento da comercialização agrícola com os instrumentos orientadores .....</i>	<i>13</i>
<b>2. DIAGNÓSTICO DA COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA .....</b>	<b>18</b>
2.1 <i>Caracterização .....</i>	<i>18</i>
2.2 <i>A nível institucional.....</i>	<i>22</i>
2.3 <i>A nível da produção agrícola.....</i>	<i>22</i>
2.4 <i>A nível de escoamento .....</i>	<i>23</i>
2.5 <i>A nível de armazenagem.....</i>	<i>25</i>
2.6 <i>A nível de conservação.....</i>	<i>27</i>
2.7 <i>A nível do agro-processamento .....</i>	<i>28</i>
2.8 <i>A nível de distribuição.....</i>	<i>30</i>
2.9 <i>A nível de Facilitação de Acesso ao Mercado .....</i>	<i>32</i>
2.9.1 <i>Serviços de apoio ao negócio.....</i>	<i>32</i>
2.9.2 <i>Financiamento.....</i>	<i>32</i>

2.9.3	Agregação de valor .....	33
2.9.4	Bolsa de Mercadorias.....	33
2.9.5	Exportações.....	33
<b>3</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO .....</b>	<b>35</b>
<b>4</b>	<b>VISÃO .....</b>	<b>39</b>
<b>5</b>	<b>OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS.....</b>	<b>40</b>
5.1	<i>Geral .....</i>	<i>40</i>
5.2	<i>Específicos.....</i>	<i>40</i>
<b>6</b>	<b>VECTORES ESTRATÉGICOS.....</b>	<b>41</b>
6.1	<i>Vector A - Aumento da produção e produtividade .....</i>	<i>41</i>
6.1.1	Acções estratégicas .....	41
6.1.2	Resultado esperado .....	42
6.2	<i>Vector B – Criação, expansão e consolidação de serviços e infra-estruturas de suporte à comercialização ..</i>	<i>42</i>
6.2.1	<i>Acções estratégicas: .....</i>	<i>42</i>
6.2.2	<i>Resultado esperado .....</i>	<i>46</i>
6.3	<i>Vector C - Promoção da agro-indústria .....</i>	<i>46</i>
6.3.1	Acções estratégicas .....	46
6.3.2	Resultado esperado .....	47
6.4	<i>Vector D - Financiamento á comercialização agrícola .....</i>	<i>47</i>
6.4.1	Acções Estratégicas .....	47

6.4.2	Resultado esperado .....	48
6.5	<i>Vector E – Intervenção do Estado na comercialização agrícola .....</i>	<i>48</i>
6.5.1	Acções Estratégicas .....	48
6.5.2	Resultado esperado .....	49
6.6	<i>Vector F – Promoção da descentralização e participação inclusiva na comercialização agrícola .....</i>	<i>49</i>
6.6.1	Acções estratégicas .....	49
6.6.2	Resultado esperado .....	50
6.7	<i>Vector G - Promoção das exportações.....</i>	<i>50</i>
6.7.1	Acções Estratégicas .....	50
6.7.2	Resultado esperado .....	50
<b>7</b>	<b>ARTICULAÇÃO E PAPEL DOS INTERVENIENTES NA EICA .....</b>	<b>51</b>
7.1	<i>Articulação.....</i>	<i>51</i>
7.2	<i>Papel dos intervenientes.....</i>	<i>51</i>
7.2.1	O Papel do Estado.....	51
7.2.2	O Papel das Autarquias Locais e da Autoridade Tradicional.....	52
7.2.3	O Papel do Sector Privado .....	53
7.2.4	O Papel das Organizações Não Governamentais .....	53
7.2.5	O Papel das Organizações Humanitárias .....	54
<b>8</b>	<b>MONITORIA.....</b>	<b>54</b>
<b>9</b>	<b>MATRIZ DE ACÇÕES E ORÇAMENTO.....</b>	<b>55</b>

9.1	<i>Matriz de acções</i> .....	55
9.2	<i>Orçamento</i> .....	55

## **SUMÁRIO EXECUTIVO**

O Plano Integrado da Comercialização Agrícola (PICA) para o período 2013-2020 é um instrumento de implementação do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Sector Agrário (PEDSA), com carácter multisectorial, liderado pelo Ministério da Indústria e Comércio, com a finalidade de promover o desenvolvimento da comercialização e estimular o aumento da produção e da produtividade.

A actividade da comercialização agrícola, pelo seu carácter primordial no impacto sócio-económico do País, mereceu atenção do Governo no que concerne aos aspectos institucionais e legislativos, de modo a adequar e responder as exigências que esta actividade se imponha em cada momento.

A comercialização agrícola desempenha um papel importante na economia nacional, constituindo uma das principais fontes de rendimento das populações das zonas rurais, um mecanismo de ligação da produção e do mercado entre as zonas rurais e as zonas urbanas e é um instrumento indutor da produtividade agrícola.

No Programa Quinquenal 2010-2014, o Governo definiu como objectivos na área do Comércio, a expansão da rede comercial, o desenvolvimento de sistemas funcionais de comercialização de produtos agrícolas, a promoção da segurança alimentar e das exportações. No âmbito do Programa Quinquenal, o estabelecimento de uma Bolsa de Mercadorias de Moçambique como um instrumento importante para melhorar o acesso aos mercados agrícolas, constitui uma prioridade do Plano de Acção para a Redução da Pobreza (PARP), aprovado pelo Conselho de Ministros, ao mesmo tempo que contribui para o alcance dos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (“ODMs”) e para a operacionalização do Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Sector Agrário (PEDSA).

A comercialização agrícola deverá ser vista de forma integrada e em toda a cadeia nomeadamente produção, colheita, escoamento, armazenagem, processamento, distribuição e consumo.

No período 2006-2012 a comercialização agrícola e em particular do milho, registou um crescimento significativo, situando-se em média em torno dos 12,1%. O incremento de produtos comercializados, quer nas culturas de rendimento, quer nas culturas alimentares resulta das compras realizadas pelos operadores da comercialização agrícola que incluem as indústrias de agro-processamento. Vários factores influenciaram este comportamento, nomeadamente, o aumento e diversificação da produção para os mercados, maior competitividade originada pelo aumento do número de operadores e intervenção directa do Estado através do ICM na comercialização agrícola, que resulta da melhoria do ambiente de negócios e das vias de acesso.

As transacções médias anuais de milho efectuadas pelos principais intervenientes da comercialização situam-se na ordem de 487.000 toneladas, o que representa um valor global de 3,1 mil milhões de Meticais, o equivalente a USD 106 milhões. A comercialização agrícola está a decorrer no quadro de uma monitoria institucional existente a diferentes níveis, porém persiste ausência de um mecanismo articulado e de concertação sobre as diferentes etapas da comercialização no âmbito da cadeia de valor.

Apesar dos esforços empreendidos pelo Governo nesta área, colocam-se ainda alguns constrangimentos que resultam da exiguidade de fundos para garantir a reabilitação das vias de acesso às zonas de produção. Por conseguinte, existem nas províncias alguns troços vitais que dificultam o escoamento da produção que devem merecer uma atenção especial do Governo, quer ao nível central, quer provincial, com vista à sua reabilitação. Do levantamento efectuado ao nível do

País, foram identificadas algumas zonas de elevado potencial agrícola, cujas vias de acesso representam ainda um grande constrangimento para o escoamento dos excedentes agrícolas. O anexo 1 mostra, a título de exemplo, algumas localidades de difícil acesso que deverão merecer a devida prioridade no plano de reabilitação de estradas a nível provincial.

Está em implementação o plano de construção e reabilitação de silos e armazéns com a capacidade total de 64.500 toneladas até ao final de 2014, na perspectiva de aumentar a capacidade de armazenagem no País, de modo a promover a comercialização agrícola e também fazer face às necessidades de reservas físicas de cereais para segurança alimentar. O plano de construção de silos e armazéns tem também em vista a indução do agro-processamento do milho, arroz e outros cereais, o que vai contribuir para o surgimento de indústrias no meio rural.

Para conservação da produção de hortícolas e vegetais, foram implantados 8 contentores de frio no Distrito da Moamba com a capacidade total de 264 toneladas e 2 contentores com a capacidade total de 66 toneladas no Mercado Grossista do Zimpeto, na Cidade de Maputo, prevendo-se que esta experiência seja replicada para outras zonas de produção e de consumo de hortícolas no País.

As indústrias estão estruturadas em dois pilares, nomeadamente, em agro-processamento industrial, constituído por média e grande indústria e agro-processamento rural, constituído de micro e pequenas unidades industriais que, na sua maioria se localizam nas zonas rurais, aprovisionando-se de matéria-prima local para o seu funcionamento. Apesar de haver um aumento significativo de volumes de produção interna de alguns produtos agrícolas, como é o caso de milho e oleaginosas, tal aumento ainda se mostra insuficiente para abastecer a indústria nacional. As grandes indústrias de agro-processamento continuam a importar o milho, trigo e oleaginosas para o seu aprovisionamento. Por outro lado, foram



construídas três fábricas, respectivamente de processamento de milho e ração em Ulónguè (Tete), com capacidade total de 100 ton/dia, de arroz em Namacurra (Zambézia), com a capacidade de 150 ton/dia e de algodão em Guro (Manica), com a capacidade de 100 ton/dia. Para além do Estado – ICM, existem vários intervenientes da comercialização agrícola ligados à rede de agro-processamento no País, distribuídos por zonas de actuação (Norte, Centro e Sul).

A rede comercial constitui uma das ferramentas fundamentais na cadeia de valor da comercialização agrícola, que estabelece a ligação entre as zonas de produção e o mercado, sendo a sua expansão uma das prioridades do Governo. As lojas rurais desempenham um papel fundamental para o desenvolvimento sócio-económico do País, porque assumem uma grande importância na comercialização dos excedentes agrícolas.

Apesar das lojas rurais, até então sob gestão de APIE, terem beneficiado de um mecanismo de alienação em condições favoráveis, uma parte delas continua a não servir os fins de comercialização agrícola.

A realização de feiras agrícolas para além de constituírem uma oportunidade de negócio, elas constituem uma alternativa à fraca cobertura da rede comercial rural.

Constitui objectivo da PICA “Solucionar os constrangimentos identificados ao longo da cadeia de valor para melhorar e desenvolver a comercialização agrícola e estimular o aumento da produção e da produtividade”.

A operacionalização do PICA envolve a acção articulada e coordenada de várias instituições a nível central e local. A acção articulada entre os intervenientes deve pressupor a planificação integrada dos sectores envolvidos além dos processos normais internos. A sua implementação deve ser realizada a três níveis: central, provincial e distrital.

Neste contexto, com vista a assegurar a articulação inter-sectorial, deverão ser criados grupos de coordenação da comercialização agrícola ao nível central e locais compostos por MIC, MINAG, MOPH, MTC, MPD, MAE, MF e Governos Locais.

<b>LISTA DE ABREVIATURAS</b>	
AGRICOM E.E	Empresa Estatal de Comercialização Agrícola
DNSA	Direcção Nacional dos Serviços Agrários
DNC	Direcção Nacional do Comércio
DNI	Direcção Nacional da Indústria
ECA	Estratégia de Comercialização Agrícola
EDR	Estratégia de Desenvolvimento Rural
ESAN	Estratégia de Segurança Alimentar e Nutricional II
GL	Governos Locais
ICM	Instituto de Cereais de Moçambique
MIC	Ministério da Indústria e Comércio
MINAG	Ministério da Agricultura
MOPH	Ministério das Obras Públicas e Habitação
MTC	Ministério dos Transportes e Comunicações
MPD	Ministério da Planificação e Desenvolvimento
ME	Ministério da Energia
MAE	Ministério da Administração Estatal
MF	Ministério das Finanças
ODMs	Objectivos de Desenvolvimento do Milénio
PQG	Programa Quinquenal do Governo
PICA	Plano Integrado de Comercialização Agrícola
PDDA	Plano Director do Desenvolvimento do Agronegócio
PARP	Plano de Acção para a Redução da Pobreza
PEDSA	Plano Estratégico de Desenvolvimento do Sector Agrário

# **1. INTRODUÇÃO**

## **1.1. Contextualização**

### **1.1.1 Quadro institucional e regulador**

A comercialização agrícola em Moçambique é fundamental no fomento da produção agrícola, geração de renda para os produtores e, em suma, no desenvolvimento económico.

A actividade da comercialização agrícola tem vindo a merecer atenção desde do período colonial.

Neste contexto, foi criado o Instituto de Cereais de Moçambique em 1961, através do Diploma Legislativo n.º 1/61, de 9 de Outubro, tutelado pelo Ministério do Ultramar e que tinha como funções principais: Fomentar a produção de cereais (milho, arroz e seus derivados); assegurar o aprovisionamento de insumos agrícolas; classificar os tipos e qualidades de produtos e emitir os respectivos certificados; comprar cereais e fixar preços; fiscalizar a indústria moageira e preços; regular, realizar a exportação de produtos agrícolas e conceder crédito aos exportadores.

As fontes de financiamento do ICM, naquela altura, eram as dotações do Governo e as receitas próprias provenientes de taxas de exportação de cereais, taxas de inscrição de importadores e exportadores, multas e juros.

Após a independência Nacional, o Governo Moçambicano extinguiu o ICM em 1976 e criou a Direcção Nacional de Economia e Comercialização Agrária no

Ministério da Agricultura com a missão de coordenar, planificar, propor políticas, implementar e monitorar a comercialização agrícola.

Em 1978, a comercialização agrícola passou para o Ministério do Comércio Interno de modo que o Ministério da Agricultura se ocupasse da produção. Assim, foi criada a Direcção Nacional da Comercialização Agrícola e mais tarde o Governo criou no ano de 1981 a AGRICOM, Empresa Estatal da Comercialização Agrícola, com a função de compra dos excedentes dos camponeses em regime de exclusividade e a preços tabelados.

Para o desenvolvimento das suas actividades, a AGRICOM E.E contava com o apoio financeiro de alguns doadores, tais como, Suécia, Noruega, Dinamarca e Finlândia. Contava, igualmente, com o acesso a empréstimos bancários com garantia do Estado.

Em 1994 a AGRICOM E.E foi extinta, através da Resolução n.º 3/94, do Conselho de Ministros e foi criado pela mesma Resolução, o Instituto de Cereais de Moçambique (ICM) com a finalidade de assegurar o fomento da produção e da comercialização, comprar, armazenar, conservar e vender produtos agrícolas, bem como realizar acções que visassem garantir a segurança alimentar e a gestão de reservas estratégicas.

Paralelamente, em 1994, através do Decreto n.º 28/94, de 19 de Setembro, foi criado o Fundo de Comercialização que tinha o mandato de assegurar o financiamento com fundos do Estado aos operadores de comercialização agrícola (ICM, empresas estatais, comerciantes e outros).

Em 2006, mostrando-se necessário o ajustamento da missão prosseguida pelo ICM, o Conselho de Ministros, através do Decreto n.º 26/2006, de 13 de Julho,

aprovou o Estatuto Orgânico do ICM e definiu o novo mandato, tendo destacado como objectivo, fomentar a comercialização agrícola, promover a segurança alimentar e apoiar iniciativas locais que induzissem ao desenvolvimento de agro-indústrias nas zonas rurais. Por outro lado, o ICM devia assumir-se como gestor e provedor das infra-estruturas afectas à comercialização agrícola sob sua responsabilidade.

Para a materialização da política do Estado no comércio agrícola, em 2000 e 2006 foram aprovadas a Estratégia de Comercialização Agrícola 2000-2004 (ECA I) e a Estratégia de Comercialização Agrícola 2006-2009 (ECA II), respectivamente.

Estas estratégias, tinham em vista eliminar os constrangimentos, melhorar e desenvolver a comercialização agrícola, através de realização de um conjunto de acções de carácter inter-sectorial na cadeia de valor.

## **1.2. Enquadramento da comercialização agrícola com os instrumentos orientadores**

A acção na comercialização agrícola é baseada em vários instrumentos, tal como abaixo se descreve:

O **Programa Quinquenal do Governo (PQG) 2010-2014** reitera que o comércio incentiva e contribui para o crescimento da produção agrária e industrial orientada para o abastecimento dos mercados interno e externo, bem como para o alcance da segurança alimentar. Assim, o PQG define como prioridades:

- A expansão da rede comercial;

- O desenvolvimento de sistemas funcionais de comercialização de produtos agrários;
- A promoção da segurança alimentar e das exportações.

O **Plano de Acção para Redução da Pobreza (PARP) 2011-2014** visa operacionalizar o PQG focalizando os esforços para:

- aumento da produção e produtividade agrícola
- melhoria da gestão pós-colheita;
- promoção da indústria de agro processamento para o aproveitamento dos recursos locais;
- aumento do acesso à informação de mercado;
- facilitação do acesso aos mercados;
- facilitação do acesso aos serviços financeiros nas zonas rurais, assegurando o maior alcance das mulheres.

A **Estratégia da Revolução Verde** permite uma abordagem integrada da cadeia de produção, envolvendo todos os actores do sector público e privado.

A **Estratégia de Desenvolvimento Rural (EDR)** focaliza a sua atenção na melhoria da qualidade de vida da população, através do desenvolvimento das áreas rurais do País com enfoque para:

- produtividade, competitividade e acumulação de riqueza;
- expansão do capital humano, inovação e tecnologia;
- boa governação e planeamento para o mercado.

A **Estratégia de Segurança Alimentar e Nutricional (ESAN) 2008-2015** assenta nos seguintes pilares da segurança alimentar:

- Produção e disponibilidade de alimentos em quantidade suficiente para consumo;
- Uso e utilização dos alimentos;
- Estabilidade do consumo alimentar a todo o momento.

**O Plano de Acção para a Produção de Alimentos 2008-2011 (PAPA) previa como mecanismos da sua operacionalização:**

- A necessidade de implementação de programas de agro-processamento;
- Comercialização agrícola;
- Produção de fertilizantes;
- Mecanização agrícola;
- Agro-processamento;
- Infra-estruturas de armazenagem e conservação.

**Estratégia de Finanças Rurais (EFR)**

A EFR apresenta tipos de inovações de financiamento aos produtores, como é o caso de micro-seguro que pode ser usado para mitigar os riscos de produção dos cereais. Por outro lado a EFR também apresenta um modelo de financiamento que apoia as empresas nas diferentes etapas ao longo da cadeia de disponibilização de produtos (produção, comercialização e agro-processamento), através das instituições financeiras.

O Plano Director de Desenvolvimento do Agronegócio (PDDA) para o período 2011-2020 é um instrumento de implementação do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Sector Agrário (PEDSA), com carácter multisectorial e, parte integrante do processo de planificação do Governo, liderado pelo Ministério da



Agricultura (MINAG) com a finalidade de promover o desenvolvimento do agronegócio e, desse modo, participar no desenvolvimento socioeconómico do país e no combate à pobreza.

**O Plano Estratégico de Desenvolvimento do Sector Agrário (PEDSA)** foi aprovado pelo Conselho de Ministros no ano de 2011 e tem como objectivo geral, contribuir para a segurança alimentar e a renda dos produtores agrários de maneira competitiva e sustentável garantindo a equidade social e de género.

O PEDSA surge como um quadro orientador, instrumento harmonizador e mobilizador de sinergias para impulsionar o desenvolvimento agrário.

A abordagem da implementação do PEDSA assenta na cadeia de valor, pelo que a sua operacionalização toma em consideração entre outras, todas as actividades ligadas ao processamento e comercialização que acrescentam valor aos produtos agrícolas, pecuários, florestais e faunísticos.

Um dos 4 pilares estratégicos do PEDSA é o **Acesso ao Mercado** que pressupõe serviços e infra-estruturas para maior acesso ao mercado e quadro orientador conducente ao investimento agrário.

Assim, o PICA surge como mecanismo de implementação dos instrumentos de política acima enumerados no que se refere ao comércio agrícola.

A comercialização agrícola desempenha um papel extremamente importante na economia nacional, constituindo uma das principais fontes geradoras de rendimento da população nas zonas rurais, onde a maioria da população tem as suas condições de vida assentes na agricultura. A comercialização agrícola é igualmente um dos principais factores impulsionadores do aproveitamento dos

produtos agrícolas das cinturas verdes urbanas e também um factor de ligações entre o camponês e o mercado em termos de relacionamento económico entre as zonas rurais e urbanas.

No seu Programa Quinquenal 2010-2014 (PQG), o Governo definiu como objectivos na área do Comércio, a expansão da rede comercial, o desenvolvimento de sistemas funcionais de comercialização de produtos agrícolas, a promoção da segurança alimentar e das exportações.

No âmbito do Programa Quinquenal do Governo, o estabelecimento de uma Bolsa de Mercadorias de Moçambique como um instrumento importante para melhorar o acesso aos mercados agrícolas, constitui uma prioridade do Plano de Acção para a Redução da Pobreza, (PARP), aprovado pelo Conselho de Ministros, ao mesmo tempo que contribui para o alcance dos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (“ODMs”) e para a operacionalização do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Sector Agrário (PEDSA).

A comercialização agrícola é caracterizada como um processo contínuo e organizado da canalização da produção agrícola ao longo de um canal ou sistema de comercialização, onde o produto sofre transformações, diferenciações e agregações de valor.

A promoção da comercialização agrícola deve ser analisada de forma integrada, devendo o enfoque incidir sobre toda a cadeia de valor. Por isso, o presente documento apresenta a necessidade de uma abordagem orientadora e integrada sobre a comercialização agrícola no País.

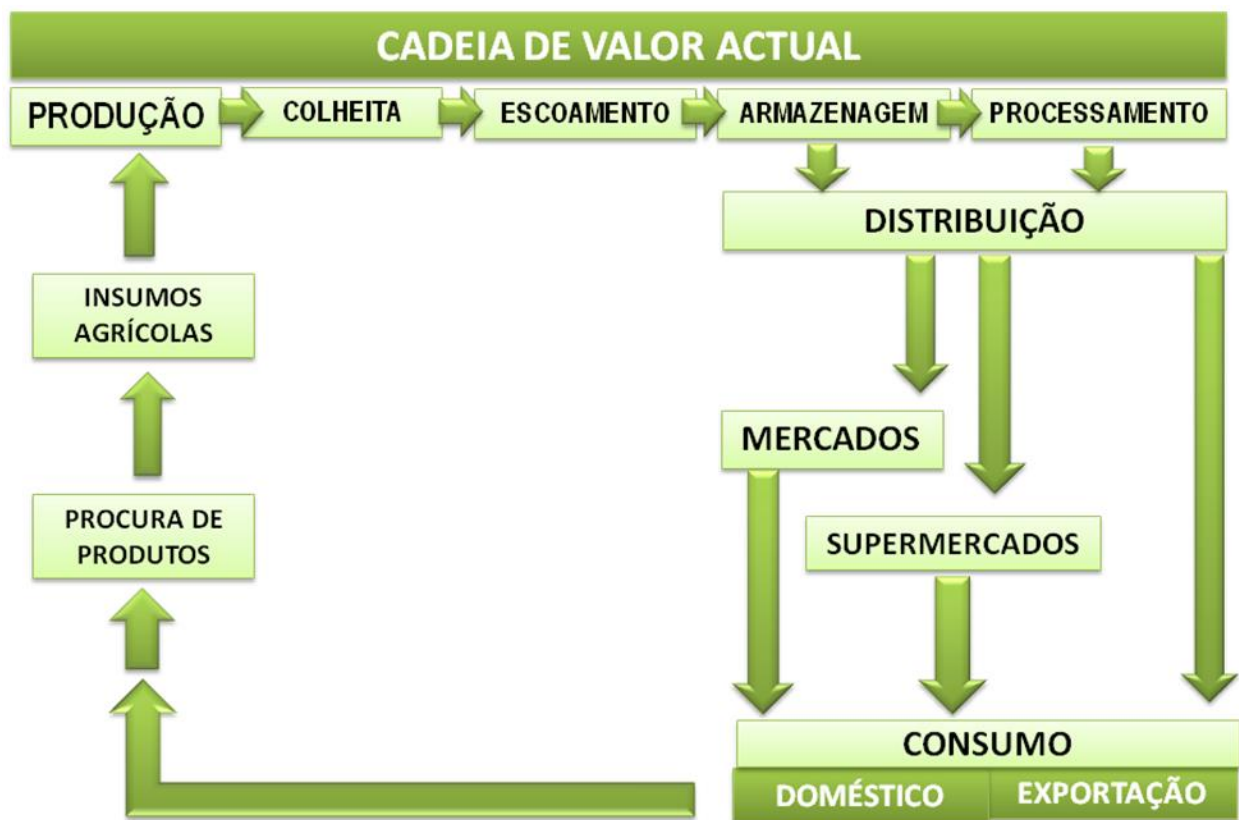
O Plano Integrado da Comercialização Agrícola (PICA) para o período 2013-2020 é um instrumento de implementação do Plano Estratégico de Desenvolvimento do

Sector Agrário (PEDSA), com carácter multisectorial, liderado pelo Ministério da Indústria e Comércio, com a finalidade de promover o desenvolvimento da comercialização e estimular o aumento da produção e da produtividade.

## 2. DIAGNÓSTICO DA COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA

### 2.1 Caracterização

A comercialização agrícola é caracterizada por componentes de cadeia de valor, conforme ilustra o diagrama abaixo:



Ao longo dos últimos anos e como resultado da implementação e materialização dos vários Programas do Governo, incluindo a Estratégia da Comercialização

Agrícola, o sector comercial agrícola tem conhecido melhorias significativas no seu desempenho que se traduzem, entre outras, no crescimento da produção agrícola destinada aos mercados interno e externo e no aumento de actividades de comercialização agrícola através de uma maior oferta e procura de produtos e serviços. Contudo, estes resultados económicos continuam aquém dos níveis desejados e, conseqüentemente, o desenvolvimento da comercialização agrícola no País merece atenção de todos os intervenientes. Continuam a existir problemas que precisam de ser resolvidos através de um conjunto de acções de natureza multi-sectorial ao longo da cadeia de valor da produção agrícola.

É neste contexto que o Governo elaborou, com a participação activa do sector privado e parceiros, a Estratégia da Comercialização Agrícola com um horizonte temporal de 5 anos sendo a primeira de 2000/2004 (ECA I) e a segunda de 2006 /2009 (ECA II).

O Plano Integrado da Comercialização Agrícola é instrumento fundamental para a melhoria do ambiente de negócios e desenvolvimento do comércio agrícola, no quadro do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Sector Agrário (PEDSA).

Actualmente os principais produtos da comercialização agrícola são: milho, arroz, trigo, mapira, feijão, amendoim, mandioca, soja, girassol, copra, castanha de caju, tabaco, algodão e gergelim.

Dentre estes produtos, o milho tem constituído a grande preocupação, quer dos produtores quer da sociedade civil, por ser a cultura mais praticada por milhões de famílias nas zonas rurais e base da sua alimentação. O milho tem estado a merecer toda a atenção dado o seu grande peso na estrutura dos produtos comercializáveis e

por ser um produto, cujos excedentes nem sempre são absorvidos na sua totalidade, registrando-se zonas onde há dificuldades do seu escoamento.

Em relação aos restantes produtos não se verificam grandes problemas de escoamento e mercados para a sua colocação e particularmente aqueles que são culturas de rendimento, tais como castanha de caju, tabaco e algodão e copra. É de referir que no caso do algodão e tabaco, a comercialização obedece ao sistema de concessões em que as empresas algodoeiras e tabaqueiras apoiam os produtores em insumos e assistência técnica na condição da produção ser comprada por elas em regime de exclusividade.

**A tabela 1 abaixo, ilustra a evolução da comercialização agrícola dos principais produtos no País:**

**Unidade de Medida: Tonelada**

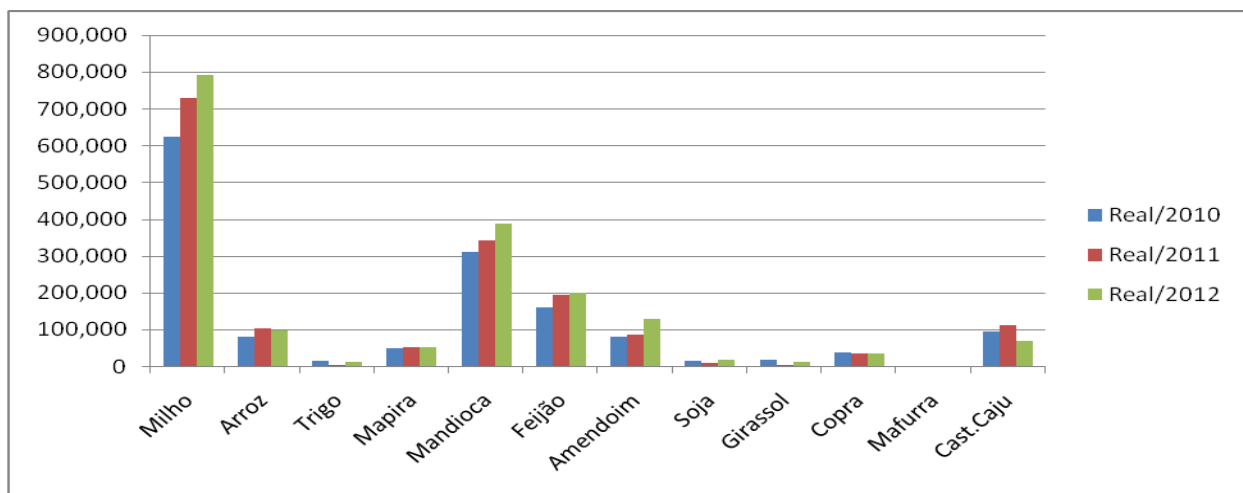
Ano	Milho	Arroz	Mapira	Mandioca	Amendoim	Girassol	Copra	C.Caju
2003	279,736	16,574	6,897	105,613	34,430	5,835	26,461	63,818
2004	279,736	17,905	7,451	98,902	39,966	4,536	23,418	42,988
2005	252,988	12,273	3,345	101,371	26,656	99	21,289	104,337
2006	305,728	16,671	7,330	116,204	30,416	6,470	28,892	65,990
2007	345,525	22,666	24,940	135,863	51,307	3,080	34,891	76,897
2008	442,200	25,698	40,690	233,756	55,464	5,917	35,489	95,477
2009	475,530	40,390	39,030	231,855	54,725	4,820	37,635	63,710
2010	623,404	80,659	49,856	311,298	80,768	17,465	37,198	108,264
2011	728,309	101,707	50,803	342,234	86,947	4,552	34,560	110,210
2012	793,189	98,699	52,097	387,073	127,274	13,145	33,435	70,039

Fonte: MIC-DNC

Da análise da tabela 1, conclui-se que a comercialização agrícola em particular do milho, registou no período 2006-2012 um crescimento significativo, situando-se em média em torno dos 12,1%. O volume de produtos comercializados, quer nas culturas de rendimento, quer nas culturas alimentares resulta das compras

realizadas pelos operadores da comercialização agrícola que incluem as indústrias de agro-processamento. Vários factores influenciaram este comportamento, nomeadamente, o aumento e diversificação da produção para os mercados, maior competitividade originada pelo aumento do número de operadores e intervenção directa do Estado através do ICM na comercialização agrícola, que resulta da melhoria do ambiente de negócios e das vias de acesso.

**Gráfico 1: Evolução da Comercialização Agrícola por Produto - 2010-2012**



As transacções médias anuais de milho efectuadas pelos principais intervenientes da comercialização situaram-se na ordem de 487.000 toneladas, o que representa um valor global de 3,1 mil milhões de Meticais, o equivalente a USD 106 milhões.

**A tabela 2, mostra a projecção da comercialização agrícola dos principais produtos alimentares no período de 2013-2020**

**Unidade de Medida: Tonelada**

Produto	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Milho	870,000	930,900	996,063	1,065,787	1,140,393	1,220,220	1,305,635	1,397,030
Mapira	52,500	56,175	60,107	64,315	68,817	73,634	78,788	84,304
Arroz	86,000	92,020	98,461	105,354	112,728	120,619	129,063	138,097
Trigo	21,000	22,470	24,043	25,726	27,527	29,454	31,515	33,721
Feijão	171,000	182,970	195,778	209,482	224,146	239,836	256,625	274,589
Amendoim	87,000	93,090	99,606	106,579	114,039	122,022	130,564	139,703
Mandioca	385,000	411,950	440,787	471,642	504,656	539,982	577,781	618,226

Fonte: MIC – DNC

Prevê-se que a comercialização agrícola cresça em pelo menos 7% em média por ano, considerando o mesmo nível de crescimento previsto no PEDSA.

## **2.2 A nível institucional**

Apesar da comercialização agrícola decorrer no quadro de uma monitoria institucional existente a diferentes níveis, persiste a ausência de um mecanismo articulado e de concertação sobre as diferentes etapas da comercialização no âmbito da cadeia de valor, nomeadamente os grupos intersectoriais de coordenação da comercialização agrícola a nível central e local.

## **2.3 A nível da produção agrícola**

O PEDSA surge como um quadro orientador, instrumento harmonizador e mobilizador de sinergias para impulsionar o sector agrário. Contém uma visão com horizonte de curto, médio e longos prazos para o desenvolvimento da produção. O PEDSA articula intervenções e facilita o acesso aos recursos e meios necessários para a produção agrária.

Está em curso a elaboração do plano de investimentos que irá responder os 4 pilares do PEDSA, no sentido de se reverter a situação actual da produtividade baixa e, conseqüentemente, a fraca competitividade, contribuir no crescimento anual do sector agrário em pelo menos 7%, reduzir o défice actual de algumas culturas alimentares, de rendimento importantes, melhorar a geração da renda familiar e eliminação da fome e da pobreza nas zonas rurais.

Assim, ao nível da produção agrícola, estão a ser levadas a cabo acções com vista ao aumento da produção e produtividade através de:

- Incremento substancial da disponibilização aos produtores de sementes melhoradas para a produção de cereais (arroz, trigo, milho e mapira), leguminosas (feijão vulgar e soja), hortícolas e tubérculos;
- Facilitação do acesso em condições vantajosas de pagamento de equipamentos agrícolas para o apoio à produção, nomeadamente juntas de tracção animal, tractores, moto e electrobombas, multi-cultivadoras, debulhadoras e auto combinadas;
- Prestação de assistência técnica aos produtores através do melhoramento e expansão da extensão pública;
- Construção e reabilitação de regadios.

#### **2.4 A nível de escoamento**

Apesar dos esforços empreendidos pelo Governo nesta área, persistem ainda alguns constrangimentos que resultam da exiguidade de fundos para garantir a reabilitação de todas as vias de acesso às zonas de produção.

A realidade actual, mostra que os custos de transporte têm um peso elevado no preço final do produto comercializado. Esta situação, em alguns casos, não tem



permitido ao produtor negociar com os operadores um preço que permita remunerar a sua actividade.

Existem nas províncias alguns troços vitais que dificultam o escoamento da produção que devem merecer uma atenção especial do Governo, quer ao nível central, quer provincial, com vista à sua reabilitação.

Do levantamento efectuado ao nível do País, foram identificados 66 troços problemáticos com 3.181 km para o escoamento de excedentes agrícolas, cujas vias de acesso representam ainda um grande constrangimento, conforme o Anexo 1.

Por outro lado, das visitas regulares de monitoria da comercialização agrícola realizadas ao nível dos distritos, a situação das vias de acesso nos locais com potencial de produção tem sido sistematicamente apontada como uma das grandes preocupações.

A intervenção local tem como enfoque principal, a realização de obras de melhoramentos localizados em secções de estradas críticas, que consistem em ensaibramentos, construção e/ou reabilitação de estruturas de drenagem, tais como passagens molhadas, drifts, aquedutos e /ou pontes de pequenas dimensões com vista a garantir a transitabilidade durante todo o ano das zonas de produção agrícola às sedes dos postos administrativos ou dos distritos, viabilizando o escoamento da produção para os centros de concentração de carga e/ou para os mercados de consumo.

Estas obras são financiadas no âmbito da implementação do programa de descentralização da gestão de estradas distritais, que visa dotar os Governos Distritais duma maior capacidade de intervenção na rede de estradas sob sua jurisdição. Assim, anualmente são alocados aos distritos cerca de 2 milhões de

Meticais, para a execução de actividades de melhoramentos localizados e/ou manutenção de rotina, cuja priorização é feita localmente.

Relativamente às intervenções de âmbito provincial e central, o enfoque é orientado para a preservação dos investimentos feitos na rede principal, através da execução de actividades de manutenção de rotina e à reabilitação e/ou manutenção periódica da rede secundária e terciária que, que liga as zonas potenciais de produção aos grandes centros de consumo.

No entanto, o Estado deverá promover o uso de outras alternativas para reduzir os custos de transporte para o escoamento da produção, nomeadamente através do incentivo ao uso de transporte marítimo e ferroviário e o desenvolvimento do sistema de cabotagem no país bem como, o uso de tracção animal e outros meios locais.

## **2.5 A nível de armazenagem**

O Plano Estratégico de Desenvolvimento do Sector Agrário (PEDSA) reconhece que uma boa infra-estrutura e serviços para os mercados e a comercialização baixam os custos de transacção e representam um incentivo importante para que os agricultores produzam excedentes. Assim, o melhoramento das infra-estruturas e serviços para os mercados e a comercialização é um pré-requisito importante para o crescimento acelerado do sector agrário e para o melhoramento da sua competitividade ao longo de toda a cadeia de valor. É neste quadro que o PEDSA estabelece como prioridade a promoção de parcerias entre o sector público e o sector privado para a reabilitação e gestão de silos públicos.

Está em curso a construção e reabilitação de silos e armazéns com a capacidade total de 64.500 toneladas até ao final de 2014, na perspectiva de aumentar a capacidade de armazenagem no País, de modo, a promover a comercialização

agrícola e também fazer face às necessidades de reservas físicas de cereais para segurança alimentar.

O plano de construção de silos e armazéns tem também em vista a indução do agro-processamento de milho, arroz e outros cereais, o que vai contribuir para o surgimento de indústrias no meio rural.

Os operadores privados, para além das suas próprias infra-estruturas de armazenagem, utilizam igualmente os armazéns do Estado (ICM) que se distribuem pelo País, conforme as tabelas 3 e 4 abaixo:

**Tabela 3:** Número de armazéns e respectiva capacidade distribuídos pelas províncias

<b>Nº ordem</b>	<b>Província</b>	<b>Total</b>	<b>Capacidade (ton)</b>	<b>Ocupados</b>	<b>Não ocupados</b>
1	MAPUTO	5	6.140	4	1
2	GAZA	17	28.127	13	4
3	INHAMBANE	5	5.750	4	1
4	SOFALA	6	7.100	3	3
5	MANICA	11	13.900	6	5
6	TETE	14	22.200	8	6
7	ZAMBÉZIA	25	38.820	19	6
8	NAMPULA	19	31.692	12	7
9	NIASSA	12	16.580	8	4
10	CABO DELGADO	21	25.150	20	1
<b>TOTAL</b>		<b>135</b>	<b>195.459</b>	<b>97</b>	<b>38</b>

Fonte: ICM

Os armazéns não ocupados não oferecem condições de utilização e está em curso o processo da sua reabilitação.

**Tabela 4:** Silos/Armazéns em construção e respectiva capacidade distribuídos por província

Província	Distritos	Silos		Armazéns	
		Número	Capacidade (ton)	Número	Capacidade (ton)
Cabo delgado	Ancuabe	3	3000	1	3000
Niassa	Cuamba, Lichinga	10	10000	1	5000
Nampula	Ribauè (Iapala), Malema	5	5000	1	5000
Zambézia	Milange, Alto Molóque	10	10000	1	5000
Tete	Angónia	5	5000	1	5000
Sofala	Gorongosa, Nhamatanda	6	6000	1	2500
Total		39	39000	6	25500

Fonte: MIC (DE/ICM)

## 2.6 A nível de conservação

Para conservação da produção de hortícolas e vegetais, está em curso o programa de construção de contentores frio nas zonas de produção e de consumo. Assim, foram implantados 8 contentores de frio no Distrito da Moamba (zona de produção) com a capacidade total de 264 toneladas e 2 contentores com a capacidade total de 66 toneladas no Mercado Grossista do Zimpeto (zona de

consumo), na Cidade de Maputo. Esta experiência devera ser replicada para outras zonas de produção e de consumo do País.

## 2.7 A nível do agro-processamento

As indústrias estão estruturadas em dois pilares, nomeadamente, em agro-processamento industrial, constituído por média e grande indústria e agro-processamento rural, constituído de micro e pequenas unidades industriais que, na sua maioria, se localizam nas zonas rurais, aprovisionando-se de matéria-prima local para o seu funcionamento.

A **tabela 5** abaixo mostra o número de unidades industriais existentes no país, divididos por actividade:

<b>Tabela 5: Indústrias de agro-processamento</b>												
<b>Indústria</b>	<b>Total</b>	<b>C. Map</b>	<b>M Prov</b>	<b>Gaza</b>	<b>I'bane</b>	<b>Sofala</b>	<b>Manica</b>	<b>Tete</b>	<b>Zambézia</b>	<b>Nampula</b>	<b>Niassa</b>	<b>C. Delg</b>
Moageira	27	0	7	1	0	2	3	1	2	8	1	2
Panificação	77	32	7	4	0	11	13	0	3	5	0	2
Óleos	19	1	1	1	6	1	2	0	4	3	0	0
Cajú	20	1	0	3	3	0	0	0	1	9	0	3
Outras	34	6	2	1	1	5	8	2	3	5	0	1
<b>Total</b>	<b>177</b>	<b>40</b>	<b>17</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>19</b>	<b>26</b>	<b>3</b>	<b>13</b>	<b>30</b>	<b>1</b>	<b>8</b>

Fonte: MIC-DNI

Apesar de haver um aumento significativo de volumes de produção interna de alguns produtos agrícolas, como é o caso de milho e oleaginosas, tal aumento ainda se mostra insuficiente para abastecer a indústria nacional. As grandes indústrias de agro-processamento da zona Sul continuam a importar o milho, trigo e oleaginosas para o seu aprovisionamento.

O fundamento das agro-indústrias para recorrer a importação do milho a título de exemplo, é a baixa produtividade e conseqüente o elevado custo de produção interna por tonelada, grande dispersão da produção, fraca oferta e qualidade, inexistência de um padrão uniforme do milho, existência de parâmetros (%) de humidade acima do recomendado e aceite internacionalmente.

Foi aprovado o financiamento para a construção do complexo agro-industrial em Chokwê, orçado em 60 milhões de USD para unidades de processamento de arroz, hortícolas e carnes.

Por outro lado, foram construídas três fábricas de processamento de milho e ração em Ulónguè (Tete), com capacidade total de 100 ton/dia, de arroz em Namacurra (Zambézia), com a capacidade de 150 ton/dia e de algodão em Guro (Manica), com a capacidade de 100 ton/dia.

Existem também as micro e pequenas indústrias de processamento que para o seu aprovisionamento recorrem à produção local, adicionando assim valor aos produtos locais.

Os produtos agrícolas nacionais processados não são acondicionados adequadamente em embalagens, o que afecta o seu valor comercial.

Para além do Estado – ICM, existem vários intervenientes da comercialização agrícola ligados à rede de agro-processamento no país, distribuídos por zonas de actuação (Norte, Centro e Sul).

Actualmente decorrem a nível provincial e distrital acções de identificação e delimitação de espaços para a implantação de zonas industriais, com vista a facilitar a instalação de agro-indústria, dinamizando assim a comercialização agrícola.

## 2.8 A nível de distribuição

A rede comercial constitui uma das ferramentas fundamentais na cadeia de valor da comercialização agrícola, pois estabelece a ligação entre as zonas de produção e o mercado, sendo a sua expansão uma das prioridades do Governo.

A rede comercial rural é constituída por cantinas, barracas, bancas e tendas. De 2005 a 2012 registou um crescimento de 95%, ao passar de 21.224 para 41.339 estabelecimentos, o que representa um rácio de 320 habitantes por loja.

O crescimento da rede comercial, deveu-se fundamentalmente a implementação do Decreto n.º 49/2004, de 17 de Novembro, que aprova o Regulamento de Licenciamento da Actividade Comercial e do Decreto n.º 05/2012, de 07 de Março, que aprova o Licenciamento Simplificado, imprimindo celeridade ao processo de registo de empresas e redução do tempo de espera da licença pelos empresários.

A tabela 6 : Evolução da rede comercial rural por províncias

Províncias	Comércio Rural		
	2005	2012	Variação (%)
C. Delgado	3,603	4,846	34.5
Niassa	915	1,416	54.8
Nampula	2,247	3,373	50.1
Zambézia	1,299	3,155	142.9
Tete	1,115	2,184	95.9
Manica	2,475	4,180	68.9
Sofala	3,985	10,540	164.5
I'bane	2,035	4,690	130.5
Gaza	2,678	5,392	101.3
Maputo	872	1,623	86.1
<b>Total</b>	<b>21,224</b>	<b>41,399</b>	<b>95.1</b>

Fonte: MIC

Além dos estabelecimentos acima indicados, existem nas províncias 969 ruínas até então sob gestão da Administração do Parque Imobiliário do Estado – APIE não alienáveis ao abrigo do Diploma Ministerial 81/2008, devido ao seu grau de destruição. Estas ruínas deverão ser reorientadas para outros fins pelos Governos Locais. Por outro lado, cerca de 1.395 lojas estão encerradas, devido a i) ausência da população nas zonas onde se localizam e ii) descapitalização dos seus proprietários.

**Tabela 7:** Ruínas e lojas encerradas por províncias

<b>Províncias</b>	<b>Lojas por vender (ruínas)</b>	<b>Lojas encerradas</b>	<b>Total</b>
C. Delgado	85	146	231
Niassa	39	49	88
Nampula	304	260	564
Zambézia	153	186	339
Tete	39	95	134
Manica	91	65	156
Sofala	186	104	290
I'bane	22	20	42
Gaza	21	176	197
Maputo	29	294	323
<b>Total</b>	<b>969</b>	<b>1,395</b>	<b>2,364</b>

Fonte: MIC

A realização de feiras agrícolas nas zonas rurais, para além de induzir as trocas comerciais, elas constituem uma alternativa a fraca cobertura da rede comercial.



## **2.9 A nível de Facilitação de Acesso ao Mercado**

### **2.9.1 Serviços de apoio ao negócio**

Actualmente existem poucos serviços de apoio à comercialização tais como centros de concentração de carga ao nível rural, com potencial de produção agrícola que contribuem para redução do custo e tempo de espera na compra e escoamento de excedentes agrícolas das zonas de produção ao mercado.

Neste momento, foram já construídos 17 centros de apoio ao negócio, em Nampula, Tete e Manica compostos por:

- Armazém (com a capacidade de 200 toneladas).
- Loja para a venda de insumos agrícolas.

Não existem incubadoras de empresas com enfoque nas áreas de comercialização agrícola.

### **2.9.2 Financiamento**

As condições de acesso ao financiamento para comercialização agrícola estão sujeitas a elevadas taxas de juro e prazos de amortização inadequados para pequenos e médios operadores. Por outro lado, os fundos locais existentes não se mostram suficientes nem orientados prioritariamente para os pequenos e médios intervenientes da comercialização agrícola.

Há uma ausência de linhas de crédito e programas de financiamento adequados à comercialização agrícola.

Para além de não existir um fundo de comercialização agrícola, não existe igualmente um sistema de garantia de crédito para financiamento à comercialização agrícola.

### **2.9.3 Agregação de valor**

Existe um fraco conhecimento e uso de embalagens, das normas e padrões de qualidade, incorporação da propriedade industrial e valorização dos produtos nacionais.

Os produtos agrícolas nacionais para além de estarem acondicionados em embalagens inadequadas, não dispõem de Código de Barra como um mecanismo de fácil inserção no mercado externo e interno, especialmente nos grandes centros de consumo urbano.

### **2.9.4 Bolsa de Mercadorias**

O actual sistema de comercialização agrícola apresenta fragilidades de diferentes dimensões com especial referência para altos custos de transacção, insuficiente organização, dependência de um largo espectro de intermediários, falta de padrões de qualidade e quantidade e fraca informação sobre mercados.

Moçambique não dispõe de uma Bolsa de Mercadorias tal como alguns países a nível da região e do mundo adoptaram como resposta aos constrangimentos existentes.

A Bolsa de Mercadorias é indispensável como provedora de serviços que criam e mantêm ordem, eficiência, transparência e integridade nos mercados agrícolas.

### **2.9.5 Exportações**

As exportações em 2012 cifraram-se em USD 3.4691.8 milhões, correspondendo ao crescimento de 11,3% em relação a 2011. Este incremento é resultado da subida generalizada dos preços médios internacionais e aumento do volume dos bens dos sectores tradicionais de exportação.

As importações totais de 2012 situaram-se em USD 6.167,8 milhões, verificando-se um incremento de 14,9% em relação ao ano de 2011. Contribuiu para este crescimento as importações de bens de consumo e equipamentos.

A balança comercial em 2012 foi deficitária na ordem de USD 2.698. milhões. Este facto, deveu-se ao incremento acelerado das importações de bens de capital, reflexo da dinâmica do Investimento Directo Estrangeiro (IDE) na exploração e prospecção de recursos minerais assim como de bens de consumo e de outros factores de produção que atingiram USD 6.167,8 milhões, contra USD 5.367,6 milhões em 2011.

**Tabela 8 - Balança Comercial 2007 a 2012 em MIL USD**

Ano	Exp (X)	Imp. (M)	(X-M)
2007	2,412,079.00	3,049,746.00	-637,667.00
2008	2,653,260.00	4,007,763.00	-1,354,503.00
2009	2,147,169.00	3,764,207.00	-1,617,038.00
2010	2,243,069.00	3,564,203.00	-1,321,134.00
2011	3,118,300.00	5,367,600.00	-2,249,300.00
2012	3,469,800.00	6,167,800.00	-2,698,000.00

Fonte: INE

Os produtos agrícolas nacionais (algodão, tabaco, madeira, milho, feijões, castanha e amêndoa de caju) continuaram a ter pouca contribuição nas exportações globais do País, tendo alcançado apenas 11.3% em média nos últimos seis anos, conforme ilustra a tabela abaixo:

**Tabela 9 – Contribuição do sector agrícola nas exportações de 2007 a 2012, em MIL USD**

Tabela 9 - Contribuição do sector agrícola nas exportações de 2007 a 2012, em Mil USD

Anos	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Export (X)	2,412,079.00	2,653,260.00	2,147,169.00	2,243,069.00	3,118,300.00	3,471,160.00
Import (M)	3,049,746.00	4,007,763.00	3,764,207.00	3,564,230.00	5,367,600.00	6,167,800.00
<b>Balança Comercial (X-M)</b>	<b>-637,667.00</b>	<b>-1,354,503.00</b>	<b>-1,617,038.00</b>	<b>-1,321,161.00</b>	<b>-2,249,300.00</b>	<b>-2,698,000.00</b>
Exportações de produtos agrícolas (PA)	123,984.00	304,628.00	300,179.00	232,989.00	522,709.00	352,252.00
PA/(X)*100	5.1	11.5	14.0	10.4	16.8	10.1

FONTE: INE, TRADEMAP

De um modo geral, os constrangimentos actuais das exportações resumem-se no seguinte:

- Exportações concentradas em poucos produtos e países de destino;
- Limitada capacidade de adição de valor aos produtos;
- Limitado desenvolvimento estrutural das micro, pequenas e médias empresas, o que reduz a competitividade das exportações;
- Fraca modernização das técnicas e práticas agrícolas;
- Falta de uma indústria de embalagens nacional desenvolvida;
- Insuficiente diversificação das exportações.

### **3 FUNDAMENTAÇÃO**

A intervenção na comercialização agrícola requer uma abordagem estratégica integrada de modo a que as questões sobre a cadeia de valor encontrem respostas sequenciadas e harmonizadas.

A abordagem estratégica integrada permite o aumento da produção e produtividade, criação de condições favoráveis para a operacionalidade dos agentes comerciais e entrada de mais operadores económicos, de tal maneira, que a comercialização agrícola passe a ser uma actividade económica atractiva e de geração de rendimento.

A intervenção directa do Estado na comercialização agrícola para além de constituir um mecanismo da dinamização da comercialização dos excedentes agrícolas, estabilização de preços e segurança alimentar, constitui também um mecanismo de incentivo ao aumento da produção.

O quadro seguinte resume a análise dos pontos fortes, fraquezas, oportunidades e ameaças da comercialização agrícola.

<b>ANÁLISE SWOT DO SISTEMA DE COMERCIALIZAÇÃO</b>		
<b>ASPECTOS</b>	<b>POSITIVO</b>	<b>NEGATIVO</b>
<b>INTERNOS</b>	<b>PONTOS FORTES</b>	<b>PONTOS FRACOS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Existência de operadores privados e ICM na comercialização de produtos agrícolas</li> <li>▪ Capacidade de armazenamento em expansão               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existência de um programa de</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Falta de informação precisa sobre excedentes não comercializados               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vendas forçadas;</li> <li>• Preços ao produtor que não incentivam a produção;</li> <li>• Existência de muitos intermediários entre o</li> </ul> </li> </ul>

	<p>construção de silos e armazéns</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Expansão do parque agro-industrial</li> </ul>	<p>produtor e o consumidor</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Altos custos de transacção <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fraca informação de mercados</li> <li>• Inúmeras cobranças aos operadores</li> </ul> </li> <li>▪ Estado precário das vias de acesso nas zonas de produção e comercialização agrícola (estradas e pontes)</li> <li>▪ Excedentes comercializados sem colocação <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de padrões de quantidade e qualidade,</li> <li>• Alguns compradores compram produtos intencionalmente viciados (por exemplo, pedras no meio de sacos de algodão, palha em sacos com gergelim).</li> </ul> </li> <li>▪ Elevadas perdas pós-colheita <ul style="list-style-type: none"> <li>• Armazenagem inadequada,</li> </ul> </li> </ul>
--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insuficientes infra-estruturas de armazenagem e conservação de produtos frescos</li> <li>• Insuficiente parque de unidades de agro-processamento</li> <li>• Limitado acesso a produtos de conservação</li> <li>▪ Falta de financiamento adequado para comercialização</li> </ul>
<b>EXTERNOS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMEAÇAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Existência de um quadro orientador para o aumento da qualidade e quantidade de produtos <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maior volume de produtos;</li> <li>• Melhor qualidade de produtos;</li> <li>• Contratos futuros começam a ser uma realidade.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Risco na Agricultura</li> <li>▪ Grande dispersão da produção do sector familiar</li> <li>▪ Fraca organização dos produtores e das associações</li> <li>▪ Fraca oferta e sazonalidade da produção</li> <li>▪ Fraca capacidade de gestão da produção e comercialização</li> <li>▪ Fraca cultura de padrões de qualidade, quantidades e</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Experiências de sucesso na região e no continente;</li> <li>▪ Existência de corredores ao serviço da região com infra-estruturas básicas de transporte, comunicação e pesquisa agro-pecuária.</li> </ul>	contratos
--	---	-----------

A presente proposta do PICA para além de estar alicerçada numa visão, prossegue os objectivos e contém vectores com um horizonte temporal de longo prazo (2013 a 2020).

#### **4 VISÃO**

O Decreto Presidencial n.º 15/2000, de 19 de Setembro que cria e aprova o estatuto orgânico do Ministério da Indústria e Comércio, estabelece como umas das atribuições a necessidade do “*desenvolvimento de acções tendentes a assegurar a coordenação entre a comercialização agrícola e o abastecimento de bens de consumo*”. Assim sendo, a visão do PICA é “um sistema de comercialização agrícola competitivo, sustentável e integrado que assegura e estimula o papel dos intervenientes da cadeia de valor no mercado nacional e internacional”.





## 5 OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS

### 5.1 Geral

Constitui objectivo do PICA solucionar os constrangimentos identificados ao longo da cadeia de valor para melhorar e desenvolver a comercialização agrícola e estimular o aumento da produção e da produtividade.

### 5.2 Específicos

Constituem objectivos específicos do PICA os seguintes:

- Contribuir para o aumento da produção e produtividade;
- Assegurar a criação, expansão e consolidação de serviços e infra-estruturas de suporte à comercialização;
- Desenvolver acções de promoção da agro-indústria;

- Assegurar recursos financeiros para comercialização agrícola;
- Assegurar a intervenção do Estado na comercialização agrícola;
- Promover a descentralização e participação inclusiva na comercialização agrícola;
- Contribuir para a promoção e desenvolvimento das exportações.

## **6 VECTORES ESTRATÉGICOS**

### **6.1 Vector A - Aumento da produção e produtividade**

#### **6.1.1 Acções estratégicas**

A abordagem da implementação do PEDSA assenta na cadeia de valor, pelo que a sua operacionalização toma em consideração todas as actividades ligadas a: (a) geração e transferência de tecnologias e provisão de insumos agrários; (b) produção agrária; (c) actividades de processamento e comercialização que acrescentam valor aos produtos agrícolas, pecuários, florestais e faunísticos; e (d) gestão sustentável dos recursos naturais.

Constituem acções estratégicas no âmbito do vector A, as seguintes:

- Promover assistência técnica para melhoria das práticas agrícolas que influenciam a qualidade da produção;
- Massificar a adopção de tecnologia com impacto no aumento da produtividade;
- Melhorar o acesso dos agricultores em insumos e serviços agrícolas especialmente ao crédito;
- Aumentar o número de agricultores com conhecimentos teóricos e práticos de aplicação de tecnologias que promovam a produtividade e o crescimento

agrícola, manuseamento pós-colheita e comercialização de produtos agrícolas através de reforço dos sistemas de extensão e pesquisa;

- Reabilitar e instalar sistemas de rega.

### **6.1.2 Resultado esperado**

Adoptadas tecnologias melhoradas para aumento da produtividade agrária

## **6.2 Vector B – Criação, expansão e consolidação de serviços e infra-estruturas de suporte à comercialização**

### **6.2.1 Acções estratégicas:**

A garantia da comercialização agrícola, exige um conjunto de serviços e infra-estruturas de suporte que consistem em:

- Melhorar as vias de acesso;
- Construir silos e armazéns e definir modelo de gestão;
- Instalar contentores frios para hortícolas;
- Melhorar a rede comercial;
- Implantar serviços de apoio ao negócio;
- Promover feiras comerciais e agrícolas;
- Implantar mecanismo da Bolsa de Mercadorias;
- Promover e construir mercados abastecedores;
- Promover a cabotagem marítima e o transporte ferroviário de produtos agrícolas;
- Promover a agregação de valor.

Assim sendo, constituem acções estratégicas no âmbito do vector B, as seguintes:

### **6.2.1.1 No âmbito da melhoria das vias de acesso**

- Identificar as zonas e as respectivas vias de acesso críticas para efeitos de intervenção prioritária;
- Assegurar a nível central, provincial e distrital a reabilitação e a manutenção das vias de acesso e estruturas de drenagem em estradas primárias, secundárias, terciárias e vicinais, prioritariamente em zonas com elevado potencial;
- Promover o uso de outras vias alternativas para reduzir os custos de transporte para o escoamento da produção através do incentivo ao uso de transporte marítimo e o desenvolvimento do sistema de cabotagem;
- Desenvolver e implementar programas de electrificação das zonas rurais;

### **6.2.1.2 No âmbito da construção de silos e armazéns**

- Assegurar a implantação de silos e armazéns dos cereais próximo das zonas de produção agrária, de modo a minimizar as perdas pós-colheita e garantir o alcance de volumes economicamente viáveis para o escoamento para as principais zonas de consumo ou mercados externos.
- Assegurar a implementação e gestão de silos e armazéns como está plasmado no PEDSA.

### **6.2.1.3 No âmbito da instalação de contentores de frio para hortícolas**

- Desenvolver, promover acções de expansão e instalação de contentores frio nas zonas de maior produção e de consumo de hortícolas no País.
- Assegurar e promover parcerias Público-Privadas na gestão dos contentores frio.

#### **6.2.1.4 No âmbito do melhoramento da rede comercial**

- Assegurar a reactivação das lojas rurais, como um mecanismo indispensável para a dinamização da comercialização agrícola nas áreas rurais;
- Assegurar e implementar a reorientação das lojas rurais (ruína);
- Promover o estabelecimento de incentivos, através da criação de facilidades de financiamento para a reabilitação e exploração das lojas rurais;
- Promover a celebração de contratos preferenciais que assegurem o envolvimento das lojas rurais no processo da comercialização agrícola;
- Desenvolver, promover e implementar acções de capacitação técnica aos proprietários das lojas rurais.

#### **6.2.1.5 A nível da implantação de serviços de apoio ao negócio**

- Assegurar o estabelecimento e implementação de Centros de Orientação ao Empresário e de Informação de Negócios nas zonas rurais;
- Assegurar o estabelecimento e implementação de Incubadoras de Empresas nas zonas rurais;
- Promover o estabelecimento de centros de negócios com vista a concentração de carga ao nível rural;
- Proceder a sistematização e divulgação de potencialidades e disponibilidade de oferta de produtos existentes, preços de venda, sua localização, as condições de acesso e respectivos contactos e, por outro, os mercados onde se regista a procura desses mesmos produtos;
- Desenvolver e implementar mecanismos de ligações entre os produtores e compradores nos centros urbanos;
- Promover e assegurar assistência logística para os pequenos produtores para melhorar o acesso ao mercado.

#### **6.2.1.6 A nível da promoção de feiras comerciais e agrícolas**

- Desenvolver, promover e implementar um modelo nacional de feiras agrícolas e fronteiriças;
- Desenvolver acções de organização e divulgação de feiras agrícolas e fronteiriças.

#### **6.2.1.7 A nível da implantação do mecanismo da Bolsa de Mercadorias**

- Assegurar a implantação nas zonas agro-ecológicas da Bolsa de Mercadorias como local centralizado (físico e virtual), um mecanismo de garantia de integridade e confiança, gerador e difusor de informação de mercados agrícolas, de gestão de riscos nos preços, quantidade e qualidade, de gestão de armazenamento onde compradores e vendedores encontram-se para efectuar transacções comerciais.
- Assegurar a operacionalização da Bolsa de Mercadorias como um mecanismo de gestão de armazenamento dotado de certificado de depósito (“warehouse receipt system”), sistema de controlo de qualidade de produtos, sistema de recolha e disseminação de informação de mercado tendo como suporte pesquisa de mercado, inteligência de mercado e utilização de tecnologias de informação e comunicação diversificadas e sala de leilões (“auction floor”).
- A Bolsa de Mercadorias vai recorrer a sua estrutura administrativa para a gestão dos silos e gradualmente incorporar Parcerias Público Privadas (PPP) como instrumento de participação do Sector Privado;

#### **6.2.1.8 A nível da promoção e construção de mercados abastecedores**

- Desenvolver acções de mobilização de recursos financeiros para a implantação de mercados abastecedores;

- Promover a gestão público-privada dos mercados abastecedores;
- Assegurar a promoção e implantação dos mercados abastecedores como centros logísticos agro-alimentares nas regiões sul, centro e norte do País.

#### **6.2.1.9 A nível de agregação de valor**

- Desenvolver e promover acções de incorporação da propriedade industrial;
- Assegurar e promover o uso das normas e padrões de qualidade;
- Incentivar o uso de embalagens apropriadas nos produtos nacionais;
- Assegurar o estabelecimento e implementação do sistema de Código de Barras para os produtos agrícolas nacionais;
- Assegurar e promover acções de valorização dos produtos agrícolas.

#### **6.2.1.10 A nível de transporte de produtos agrícolas**

- Promover o sistema de transporte de cabotagem e ferroviário para reduzir os custos.

### **6.2.2 Resultado esperado**

Estabelecidos e consolidados sistemas funcionais de apoio à comercialização agrícola.

## **6.3 Vector C - Promoção da agro-indústria**

### **6.3.1 Acções estratégicas**

A implantação das agro-indústrias nas zonas rurais, pode eliminar o crónico desafio relacionado com a conservação dos produtos agrícolas e permitir a absorção imediata da produção local, a sua transformação e posterior comercialização com valor acrescentado.

Assim sendo, constituem acções estratégicas no âmbito do Vector C, as seguintes:

- Desenvolver e promover o estabelecimento de micro, pequenas e médias unidades agro-industriais para os produtos agrícolas;
- Desenvolver e promover acções de transferência de conhecimento e tecnologias;
- Assegurar e promover parcerias na implantação e gestão de Centros de Transferência de Conhecimentos;
- Assegurar e promover parcerias na implantação e gestão das unidades industriais de produtos agrícolas nacionais;
- Desenvolver e promover acções de capacitação de empreendedores em matérias de negócios;
- Desenvolver e promover acções de extensão em programas de geração e divulgação e técnicas de agro-processamento;
- Assegurar o estabelecimento de zonas industriais nas zonas potencialmente agrícolas para implantação de agro-indústrias;
- Assegurar o estabelecimento e implementação de incubadoras de empresas especializadas (agro processamento) em função da potencialidade agrícola de cada distrito.

### **6.3.2 Resultado esperado**

Unidades Agro-Industriais implantadas nas zonas rurais

## **6.4 Vector D - Financiamento á comercialização agrícola**

### **6.4.1 Acções Estratégicas**

A dinamização da comercialização agrícola também depende da necessidade de recursos financeiros e programas específicos de apoio.

Assim sendo, constituem acções estratégicas no âmbito do Vector D, as seguintes:



- Desenvolver acções de mobilização de recursos financeiros para programas de apoio à comercialização.
- Assegurar a reactivação do Fundo da Comercialização Agrícola;
- Assegurar e promover a maximização do uso do Fundo do Desenvolvimento Distrital para comercialização agrícola.
- Desenvolver acções de promoção de linhas de crédito bonificadas direccionadas ao financiamento da comercialização agrícola;
- Assegurar a criação e implementação de um fundo de garantia de crédito;
- Desenvolver acções de financiamento das lojas rurais.

#### **6.4.2 Resultado esperado**

Criados e implementados instrumentos e programas específicos de financiamento e apoio a comercialização agrícola

### **6.5 Vector E – Intervenção do Estado na comercialização agrícola**

#### **6.5.1 Acções Estratégicas**

A intervenção directa do Estado na comercialização agrícola pode ser equacionada em duas vertentes: i) intervenção descentralizada com o enfoque no Distrito, competindo aos órgãos locais a responsabilidade de acompanhar, monitorar e intervir para a solução dos problemas pontuais de compra e escoamento de excedentes agrícolas; e ii) intervenção do Estado, através do ICM como operador da comercialização agrícola.

Assim sendo, constituem acções estratégicas no âmbito do Vector E, as seguintes:

- Assegurar a compra de excedentes de produtos agrícolas com vista a garantir a segurança alimentar e gestão de reservas estratégicas;
- Assegurar uma maior disponibilidade de milho e outros produtos agrícolas no mercado para o consumo da população;

- Desenvolver e promover acções de redução do impacto negativo dos elevados custos na formação do preço final dos produtos ao consumidor;
- Desenvolver acções de aproveitamento das infra-estruturas de armazenagem existentes e em construção;
- Fortalecer a capacidade técnica do ICM.

### **6.5.2 Resultado esperado**

Excedentes de produtos agrícolas absorvidos.

## **6.6 Vector F – Promoção da descentralização e participação inclusiva na comercialização agrícola**

### **6.6.1 Acções estratégicas**

A eficácia da implementação das etapas da comercialização agrícola, depende de uma forte articulação entre as instituições públicas de nível provincial e distrital. Assim sendo, constituem acções estratégicas no âmbito do Vector F, as seguintes:

- Criar grupos de coordenação do PICA a nível central e provincial;
- Promover fóruns distritais e provinciais de comercialização agrícola, como um mecanismo facilitador de organização dos produtores e comerciantes em associações e de remoção soa constrangimentos;
- Promover a participação do sector privado, Organizações Não governamentais e Humanitárias;
- Desenvolver capacidades locais de comercialização;
- Promover grupos, associações e cooperativas de comercialização.

## **6.6.2 Resultado esperado**

Fortalecidos mecanismos de coordenação e monitoria da comercialização.

## **6.7 Vector G - Promoção das exportações**

### **6.7.1 Acções Estratégicas**

As exportações moçambicanas são caracterizadas, por uma dependência acentuada dos megas projectos e por um diminuto contributo do sector agrário, que por sinal é o que emprega a maior percentagem da população economicamente activa.

Assim sendo, constituem acções estratégicas no âmbito do Vector G, as seguintes:

- Desenvolver acções de criação de facilidades para promoção do comércio externo;
- Assegurar a sistematização e disponibilização da informação sobre normas e regulamentos técnicos no comércio externo, acesso aos mercados, procedimentos e requisitos para produtos agrícolas;
- Promover a diversificação e aumento das exportações, através de assistência técnica às PME`s e associações orientadas para a exportação;
- Promover a busca de novos mercados para exportação;
- Assegurar a capacitação dos exportadores e associações no desenvolvimento e adaptação dos produtos;
- Organizar a participação de empresas nacionais em feiras e exposições nacionais e internacionais.

### **6.7.2 Resultado esperado**

Balança comercial melhorada.

## **7 ARTICULAÇÃO E PAPEL DOS INTERVENIENTES NA EICA**

### **7.1 Articulação**

A operacionalização do PICA envolve a acção articulada e coordenada de várias instituições a nível central e local. A acção articulada entre os intervenientes deve pressupor a planificação integrada dos sectores envolvidos além dos processos normais internos. A sua implementação deve ser realizada a três níveis: central, provincial e distrital.

Neste contexto, com vista a assegurar a articulação inter-sectorial, deverão ser criados grupos de coordenação da comercialização agrícola ao nível central e local composto por MIC, MINAG, MOPH, MTC, MPD, MAE, MF, Governos Locais.

### **7.2 Papel dos intervenientes**

#### **7.2.1 O Papel do Estado**

Ao Estado compete facilitar e regular o desenvolvimento da comercialização agrícola e criar condições que promovam o seu crescimento. Neste contexto, cabe ao Estado:

- i.** Criação de um ambiente favorável ao investimento nacional e estrangeiro no comércio agrícola;
- ii.** Facilitação de investimentos que promovam o comércio, tais como:
  - a.** Reabilitação, expansão e modernização de infra-estruturas de apoio ao desenvolvimento do comércio agrícola, com prioridade nas zonas rurais, principalmente estradas terciárias e vicinais;
  - b.** Promoção da construção de armazéns horizontais e silos nos principais corredores de desenvolvimento para assegurar e facilitar o escoamento e armazenagem de cereais, no âmbito da segurança alimentar, das importações e das exportações;

- c. Promoção do desenvolvimento de agro-indústrias nas zonas rurais, principalmente, através da facilitação do uso de matérias primas nacionais e da comercialização dos produtos acabados e
- d. Promoção da agricultura comercial;
- iii. Definição, disseminação e monitoria das normas técnicas de produção e de qualidade;
- iv. Promoção do acesso e de ligações dos pequenos produtores com os mercados, valorizando o seu potencial produtivo;
- v. Pesquisa, sistematização e disponibilização de informação sobre o mercado nacional, regional e internacional tendo em vista a promoção do comércio interno e das exportações, sobretudo de produtos não tradicionais;
- vi. Facilitação na organização dos produtores e comerciantes em associações e
- vii. Apoio na mobilização de recursos para o financiamento das associações agrícolas e dos comerciantes, particularmente, nas zonas rurais.

### **7.2.2 O Papel das Autarquias Locais e da Autoridade Tradicional**

As autarquias locais são os municípios e as povoações. Os municípios correspondem à circunscrição territorial da sede dos postos administrativos. A autoridade tradicional é legitimada pelas populações segundo o direito consuetudinário. O seu papel consiste em:

- i. Mobilizar os camponeses a empenharem-se activamente na produção e comercialização agrícola, sobretudo, de produtos que mais contribuem para o aumento da sua renda e para a segurança alimentar;
- ii. Facilitar a comercialização agrícola na sua zona de jurisdição;
- iii. Aconselhar os camponeses a criarem as suas reservas alimentares, no quadro da segurança alimentar e

- iv. Prestar informação sobre a produção, comercialização e consumo aos órgãos do Estados e outras entidades, sempre que for solicitada.

### **7.2.3 O Papel do Sector Privado**

O sector privado, tanto urbano como rural, desempenha um papel crucial na implementação do Plano Integrado da Comercialização Agrícola.

Ele assume a liderança na:

- i. Realização de investimentos nas infra-estruturas, visando a reabilitação, expansão e modernização da rede comercial e a criação do emprego;
- ii. Compra dos produtos agrícolas, processamento e canalização para o mercado interno e para a exportação;
- iii. Diversificação da produção exportável e pesquisa de mercados;
- iv. Venda de mercadorias, sobretudo os bens essenciais de consumo da população e venda de instrumentos e insumos agrícolas;
- v. Desenvolvimento de acções para a elevação e manutenção da qualidade dos produtos aos padrões internacionais;
- vi. Participação na formulação de políticas e regulamentos.

### **7.2.4 O Papel das Organizações Não Governamentais**

As Organizações Não Governamentais nacionais e estrangeiras jogam um papel relevante na comercialização agrícola. Elas devem apoiar:

- i. A organização de produtores, em associações;
- ii. As associações e os produtores, em técnicas melhoradas de produção, tratamento pós-colheita e comercialização agrícola;

- iii. A formação de produtores, em matérias de gestão de negócios e técnicas de negociação;
- iv. Os produtores, na utilização e interpretação de informação sobre mercados e preços de produtos e insumos agrícolas;
- v. Os produtores na busca de financiamento mais adequados para produção, comercialização e investimento; e
- vi. A construção, reabilitação e manutenção de estradas secundárias e terciárias.

### **7.2.5 O Papel das Organizações Humanitárias**

As organizações humanitárias são parceiros relevantes na implementação do Plano Integrado da Comercialização Agrícola, na medida em que:

- i. Contribuem na comercialização agrícola através da efectivação de compras locais dos produtos dos camponeses no âmbito dos programas de assistência humanitária;
- ii. Promovem as compras locais de produtos industrializados de produção doméstica;
- iii. Facilitam o acesso de agentes económicos nacionais aos concursos para aquisição de produtos agrícolas para programas de emergência nacional e regional; e
- iv. Apoiam a construção, reabilitação e manutenção de estradas secundárias e terciárias nas zonas vulneráveis.

## **8 MONITORIA**

A implementação do PICA será objecto de monitoria e avaliação através dos mecanismos formais já estabelecidos pelo Governo (PES, PAAOs).

O MIC, fará o acompanhamento, através de relatórios de progresso periódicos a diferentes níveis da sua implementação.

## 9 MATRIZ DE ACÇÕES E ORÇAMENTO

### 9.1 Matriz de acções

O PICA contém uma matriz de acções de carácter intersectorial que é parte integrante da mesma. Os sectores envolvidos na sua implementação deverão planificar as acções a realizar em cada ano.

### 9.2 Orçamento

As acções do PICA serão cobertas pelo financiamento a mobilizar no âmbito do Plano Director de Agronegócio.

A tabela 10: Orçamento Estimado para a Implementação do PICA 2013 – 2020

*Unidade: Mil Meticais*

<b>Descrição</b>	<b>Valor Global</b>
Infra-estruturas de mercado	35,500
Promoção da agro-indústria	8,600
Divulgação e promoção do PICA	5,900
Promoção das exportações	6,200
Recolha e disseminação da informação comercial e de mercados	8,600
Promoção de mercados e feiras agrícolas	11,700
<b>Total</b>	<b>76,500</b>

Maputo, Abril de 2013