LEVANTAMENTO E CARACTERIZAÇÃO DOS MERCADOS DE PROXIMIDADE

Equipa de trabalho da Universidade do Namibe:

Loliana Sive de Oliveira de Freitas Mandriz – Investigadora principal

Ilunga Kifimbo Roberto – Auxiliar de investigação

Massochi Inácio Paulo – Auxiliar de investigação

OUTUBRO 2021

RESUMO

O presente relatório apresenta os resultados de um estudo de diagnóstico realizado em três províncias do sul de Angola, designadamente: Namibe, Huila e Cunene. O referido estudo consistiu no levantamento e caracterização dos mercados de proximidade dos principais produtos agrícolas excendentários e foi feito com os agricultores familiares das comunidades rurais em nove (9) municípios das províncias acima mencionadas. Foi aplicada a metodologia descritiva com abordagens quantitativa e qualitativa usando a técnica de inquérito. Os resultados mostram que os mercados de proximidade nas comunidades rurais das províncias em estudo caracterizam-se em grande parte por um circuito directo ou venda directa em que o produtor vende os seus produtos directamente ao consumidor final. Existem poucos agentes intervenientes na cadeia de comercialização dos principais produtos excendentários. Na maioria dos casos há prevalência do circuito informal de comercialização, em que os agricultores vendem os produtos a partir de casa e/ou campo (lavra). Os principais agentes intervenientes na cadeia de comercialização são: o retalhista, o agregador e o consumidor final. Os principais produtos excedentários identificados foram: milho, massango, massambala, feijão, batata-doce e mandioca. Existem vários constrangimentos que interferem nos circuitos de comercialização, com destaque para a falta de infra-estruturas de processamento e armazenamento, dificuldades de transporte para o escoamento da produção e falta de assistência técnica. Ademais, a intensificação da seca por causa da ausência de chuvas nos últimos anos, a falta de meios financeiros para a aquisição de insumos agrícolas (factores de produção), a ausência de fornecedores no mercado local, os altos preços de insumos agrícolas e as pragas frequentes que atacam as culturas, são entre factores que mais influenciam a capacidade produtiva destes produtores.

Palavras – Chave: Mercado de proximidade. Circuito de comercialização. Agricultura familiar.

INTRODUÇÃO

O presente relatório é fruto de um intenso trabalho de investigação realizado em três províncias de Angola, nomeadamente: Namibe, Huila e Cunene. Este projecto enquadra-se no âmbito da componente I do Programa de "Fortalecimento da Resiliência e da Segurança Alimentar e Nutricional em Angola" (FRESAN) que pretende reforçar a resiliência da agricultura familiar no contexto das alterações climáticas e em particular da actividade de apoio aos produtores de alimentos no estabelecimento de canais e redes de comercialização.

As províncias da Huíla, Namibe e Cunene sofrem com fenómenos naturais cíclicos semelhantes (seca, inundações e outros factores externos) que, observados mais atentamente, provocam os mesmos problemas embora em escalas diferentes.

A investigação científica no domínio da agricultura na região sul de Angola deve ser uma factor preponderante para o desenvolvimento do sector. Neste contexto, o presente estudo visou fazer o levantamento e a caracterização dos mercados de proximidade dos principais produtos agrícolas excendentários nas províncias acima mencionadas.

O conceito ligado à noção de mercado que é importante referir é a comercialização. A comercialização pode ser definida e interpretada de diversas formas. Segundo Barros (2007), comercialização é "um processo social que envolve interacções entre agentes económicos através de instituições apropriadas. Uma importante instituição no sistema de comercialização é o mercado". Para Piza e Welsh (1968), comercialização é o "processo social através do qual a estrutura de procura de bens e serviços económicos é antecipada ou ampliada e satisfeita através da concepção, promoção, intercâmbio e distribuição física de tais bens e serviços".

Desta maneira, pode notar-se que a comercialização desempenha um papel preponderante no funcionamento do mercado ao permitir que o produto saia do ponto de produção até ao consumidor final. A comercialização estimula a venda de produtos no mercado.

Entende-se que a escolha do circuito é uma fase crucial do processo de comercialização ou venda de produtos, pois, uma má escolha do canal pode causar baixas nas vendas e provocar o fracasso na implantação do produto no mercado. Neste sentido, para qualquer produto, pode falar-se em diferentes níveis de mercado ou de canais de comercialização, conforme ilustra a figura seguinte (figura 1).

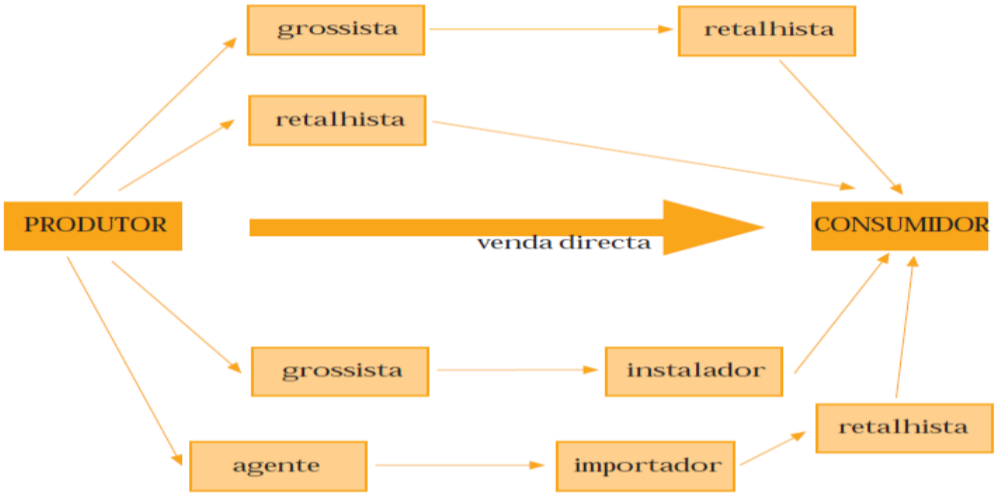


Figura 1 – Circuitos de comercialização

Segundo Mamaot (2013), o circuito curto de comercialização (CCC) é "um modo de comercialização que se efectua ou por venda directa do produtor para o consumidor ou por venda indirecta, com a condição de não haver mais de um intermediário, ao qual está associado uma proximidade geográfica e relacional entre produtores e consumidores". Neste caso, o autor refere que a venda directa pode efectuar-se na exploração, no domicílio do consumidor, em venda ambulante, em mercados, em feiras, no restaurante ou na loja comercial do produtor, entre outras.

É necessário entender o potencial da agricultura familiar para atender às demandas das sociedades. Do ponto de vista conceptual, o movimento focalizado na temática da aproximação entre produtores e consumidores nos circuitos curtos de comercialização de produtos agro-alimentares é desencadeado por um vasto conjunto de autores.

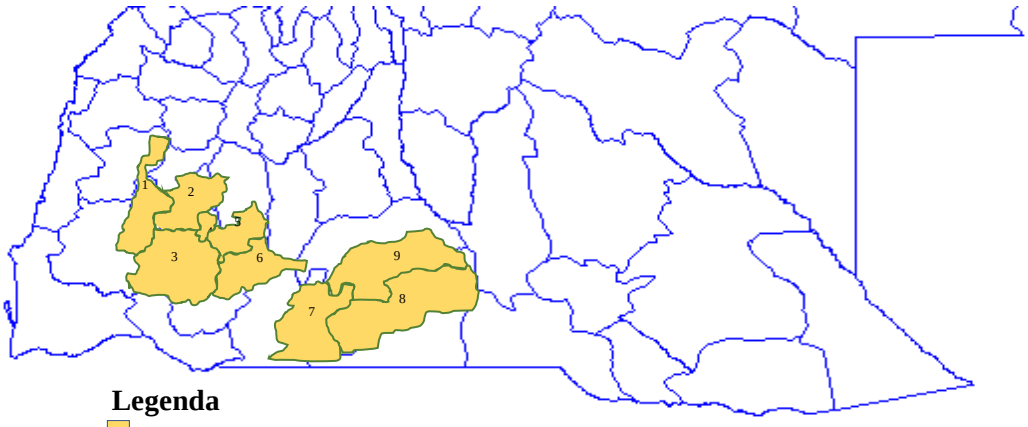
Estudos apontam que os mercados de proximidade na agricultura familiar ou circuitos curtos (agro) alimentares (CCA), entendidos como aqueles que promovem um maior contacto entre o agricultor e o consumidor, favorecem a inserção de pequenos produtores no mercado. Esses canais permitem desenvolver relações de confiança e revelam o conhecimento sobre a origem do produto e as zonas rurais onde foram produzidos.

METODOLOGIA

Para a recolha de dados foi necessário a utilização das seguintes técnicas: entrevista dirigida ou guiada, questionário, observação directa e análise de conteúdos. Para além das técnicas acima referidas, foi também indispensável o uso de instrumentos que serviram de apoio para o

tratamento, análise e interpretação dos resultados, designadamente: (i) SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) software estatístico utilizado nas ciências humanas e sociais no âmbito da análise quantitativa e qualitativa dos dados; (ii) MS Excel que é um aplicativo de criação de folhas de cálculo electrónicas; (iii) MS Access, que é um sistema de gestão de banco de dados da Microsoft. A partir desses instrumentos, foi possível transformar os dados recolhidos no campo em informações organizadas, estruturando, armazenando e calculando indicadores, por forma a permitir sua interpretação através das tabelas e figuras.

O trabalho de levantamento de dados no campo foi realizado nas províncias do Namibe, Huila e Cunene entre o início de Agosto e a primeira semana Outubro de 2021. Tendo em consideração a extensão territorial destas províncias, decidiu-se trabalhar com uma amostra constituída por nove municípios, conforme ilustra o mapa seguinte:



Legenda

Municípios de estudo

1. Moçâmedes = 44
2. Bibala = 44
3. Virei = 45
4. Humpata = 44
5. Chibia = 44
6. Gambos = 45
7. Ombandja = 45

Figura 2 – Distribuição dos inquiridos por município

Importa salientar que todos os inquiridos residem na zona rural. Participaram no estudo 400 pessoas das quais 391 agricultores familiares e 9 técnicos do sector da agricultura entre directores municipais, comunais e responsáveis das instituições envolvidas tais como a EDA dos municípios acima referidos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Tendo em consideração que o estudo foi realizado com as comunidades mais recônditas, descartou-se o nível de escolaridade dos produtores familiares. Vale a pena salientar que a escolha destas características se deve à necessidade de entender as incidências etárias em relação ao assunto em investigação

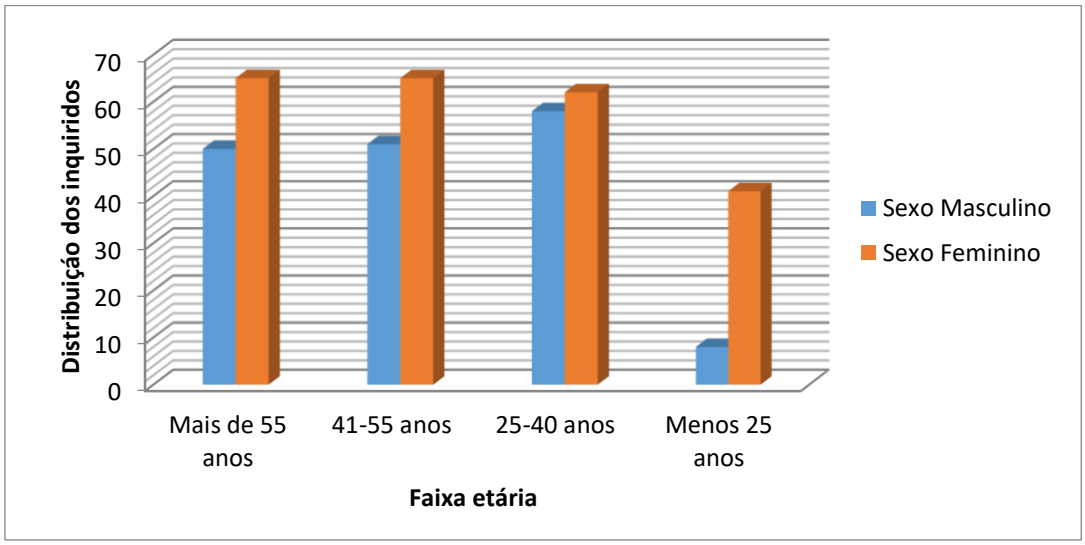


Figura 3 – Distribuição dos inquiridos por sexo e faixa etária

Observando a Figura 3, constata-se que há mais mulheres a praticar a agricultura em relação aos homens nas comunidades em estudo. No que concerne à idade, regista-se que apesar de não haver uma diferença muito significativa entre as faixas etárias, há uma predominância das faixas etárias entre 41 – 55 anos e mais de 55 anos de idade, significando que que há menos jovens a praticarem a agricultura nestas zonas.

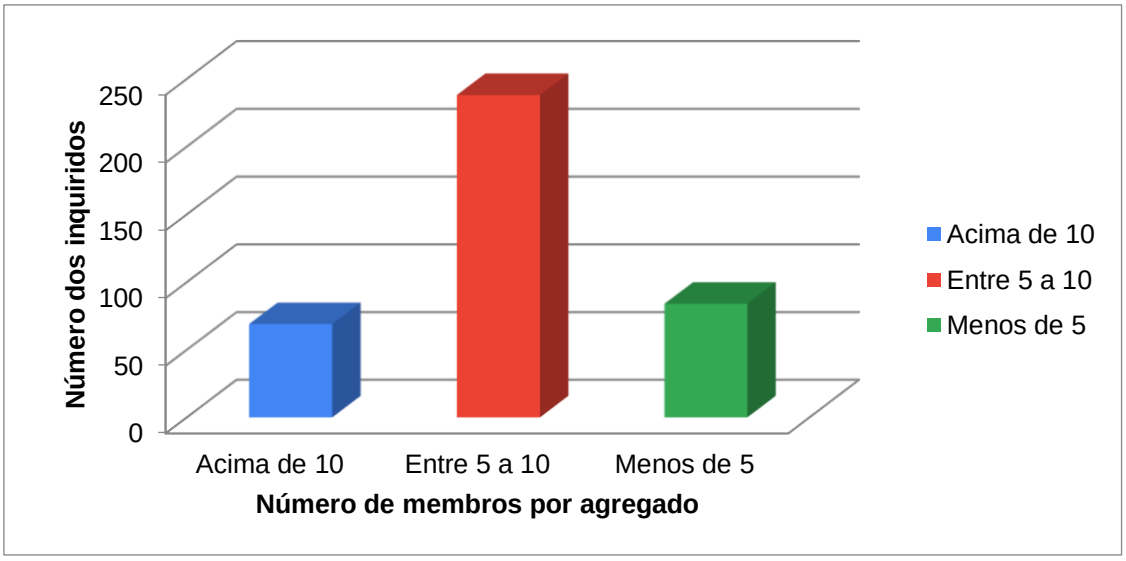


Figura 4– Número de membros compõem o agregado familiar

A Figura 4 apresenta os resultados relativos à composição dos agregados familiares das comunidades agrícolas rurais. Convém assinalar que estes resultados concernam somente aos produtores agrícolas e não aos técnicos envolvidos. Assim, analisando esta Figura, constata-se que há uma maior incidência de famílias cujo número está no intervalo entre 5 aos 10 membros.

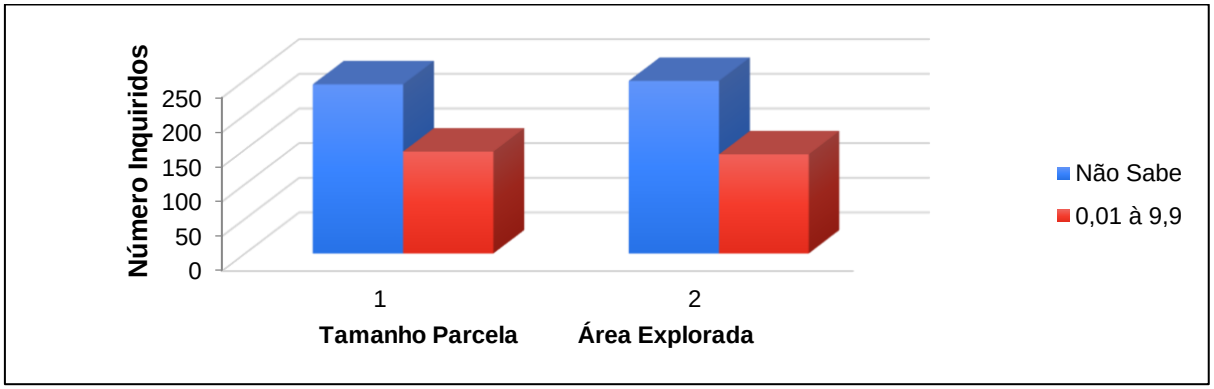


Figura 5 – Acesso ou posse de terra

Segundo as informações recolhidas, os produtores familiares nas comunidades rurais têm acesso à terra por via de diversas modalidades, entre as quais se destacam a herança, a cedência pelas autoridades tradicionais e administrativas locais, e também aquisição e empréstimo. Na tentativa de perceber qual é o tamanho da parcela que o produtor possui e a área que ele realmente explora, usou-se o intervalo utilizada na classificação ou caracterização do sector agrícola. Tratando-se da agricultura familiar, este intervalo vai de 1 a 9,9 hectares. Importa salientar que para a maioria dos produtores familiares, o tamanho da parcela não ultrapassa os dois hectares e que a área explorada não excede 1 hectare. Acresce ainda que a maior parte desses produtores não têm conhecimento da medida exacta tanto da parcela como da área explorada, conforme se pode depreender na Figura 5.

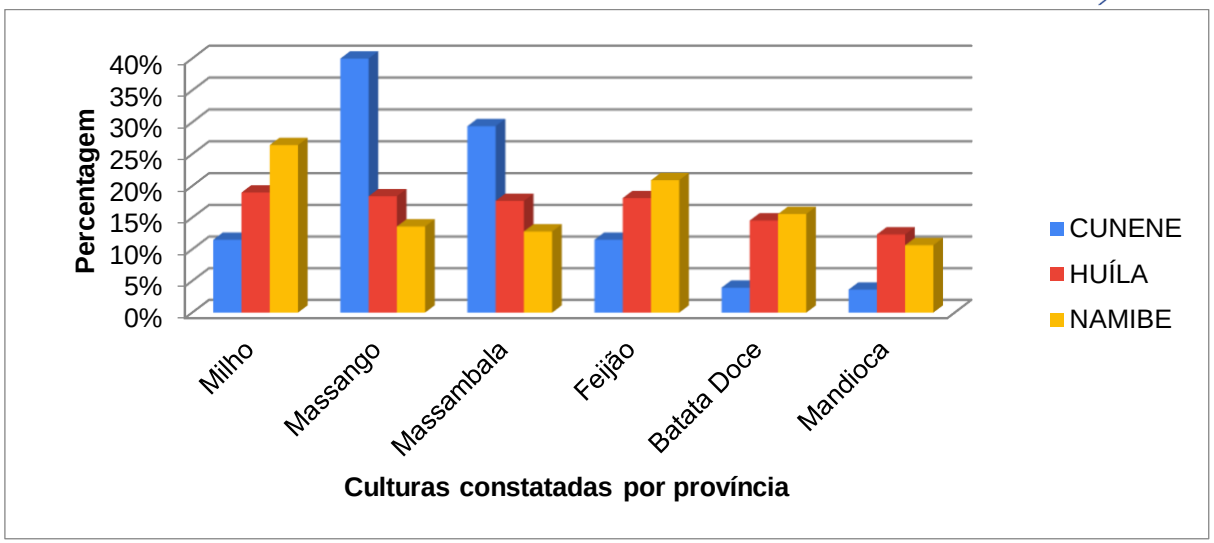


Figura 6 – Culturas mais constatadas por província

A Figura 6 apresenta as culturas mais referidas pelos agricultores. Examinando estes resultados, percebe-se que em termos comparativos, o massango, a massambala, o milho e o feijão representam as culturas com maior percentagem relativamente a outras.

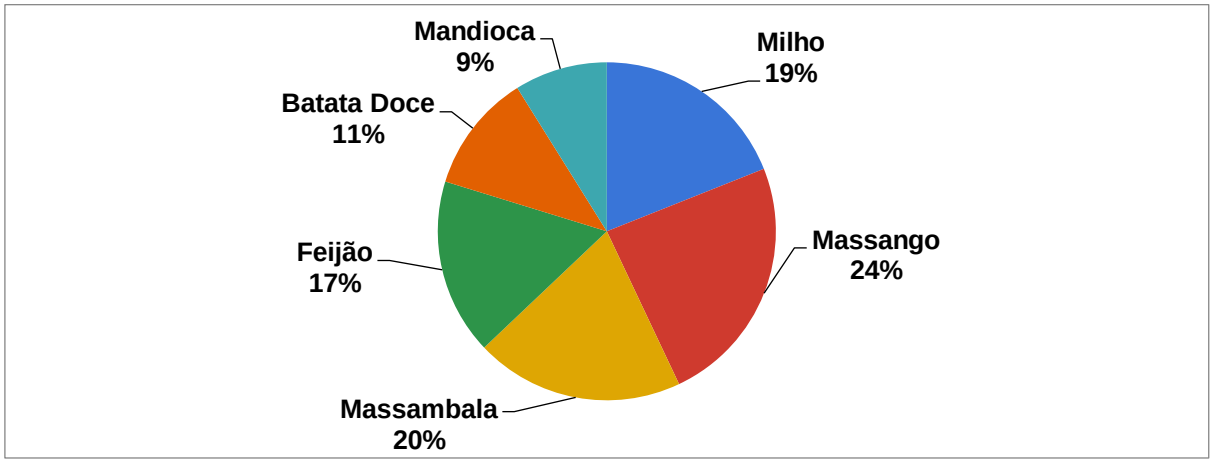


Figura 7 – Excedentes de produção/Culturas

Importa realçar que os produtos acima citados (na Figura 6) representam também as culturas com maior excedente de produção ao nível das explorações familiares nas três províncias em estudo. Deste modo, pode-se verificar-se (Figura 7) a participação de cada um destes produtos na quantidade de excedente da produção.

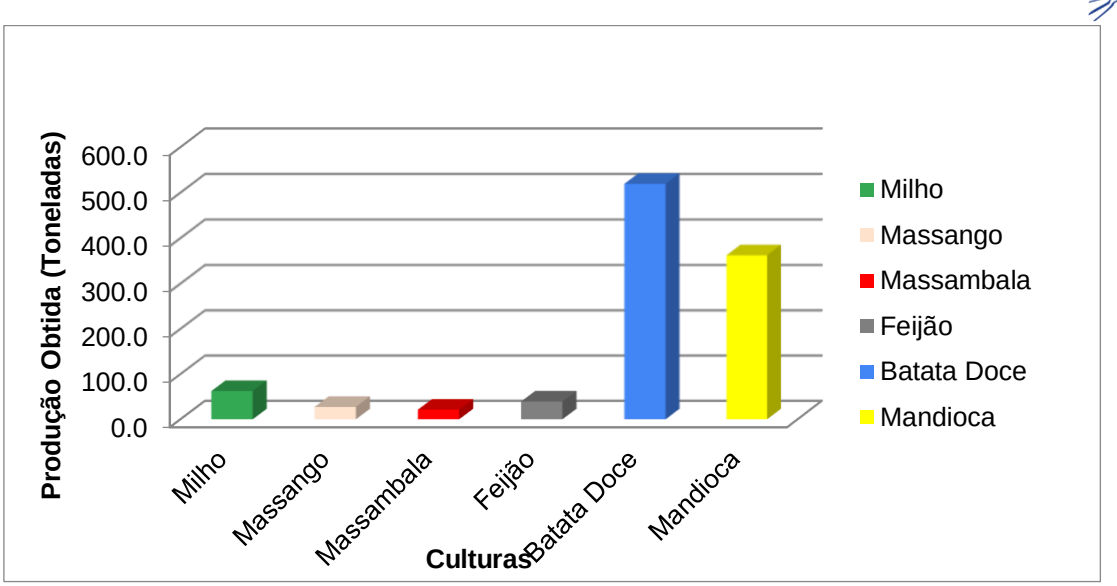


Figura 8 – Produção Média obtida/Culturas (Toneladas)

Diante do exposto (Figuras 6 e 7), pode constatar-se que em termos de produtividade ou de rendimento, a Batata-doce e a Mandioca, apesar de serem menos citadas pelos inquiridos, apresentam maior peso nas quantidades produzidas (Figura 8).

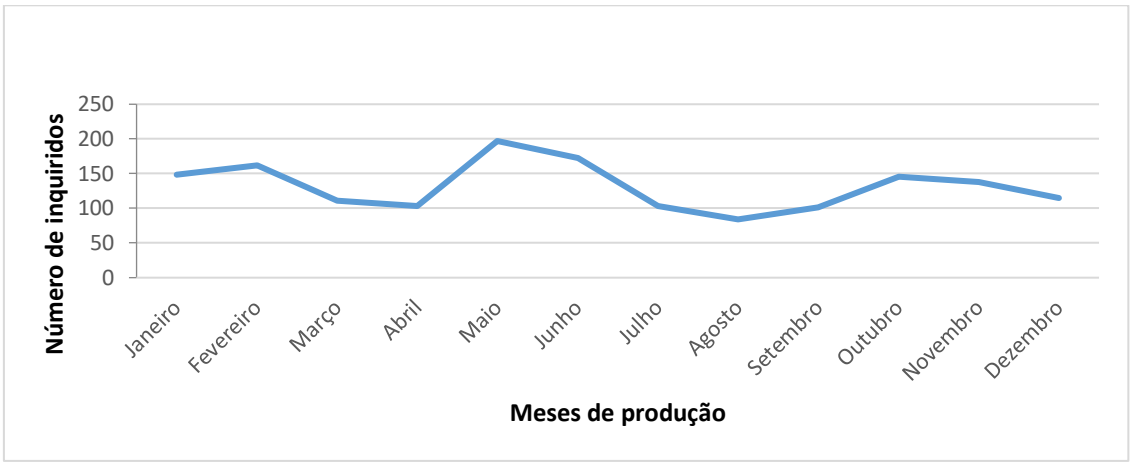


Figura 9 - Os meses de produção

Observou-se durante o estudo que os agricultores familiares que praticam a agricultura com recurso ao regadio têm a capacidade acrescida de produzir ao longo de todo o ano devido a disponibilidade da água, o que não ocorre com os produtores que fazem a agricultura de sequeiro e que estão mais dependentes da chuva para produzir. Esta realidade tem uma influência marcante não somente no montante produzido mas, e sobretudo. na disponibilidade temporal do produto no mercado.

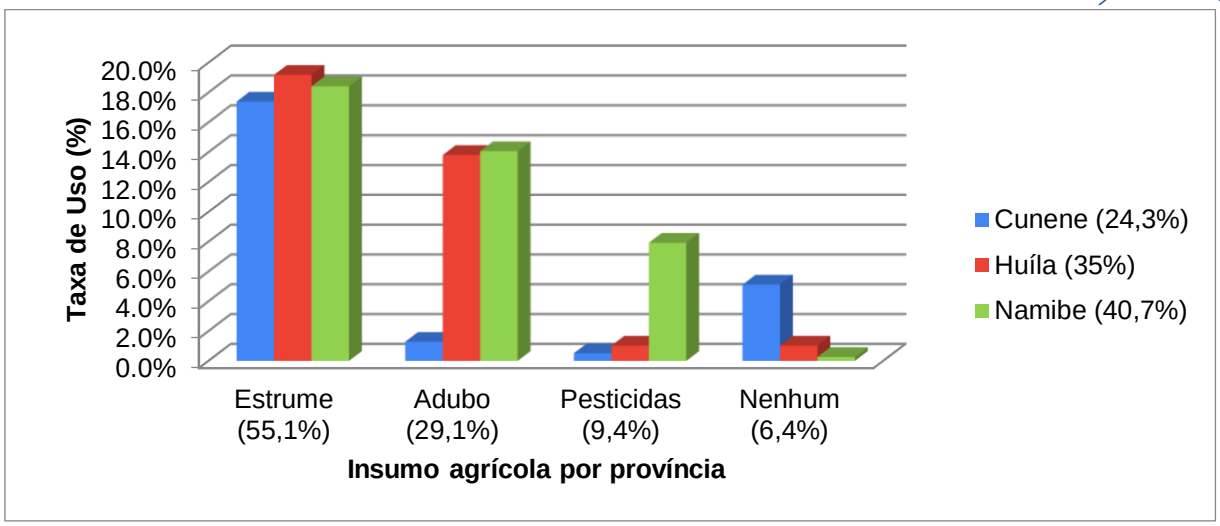


Figura 10 – Uso de algum tipo de insumo agrícola

Durante o estudo, os agricultores familiares mencionaram o uso de alguns insumos, instrumentos e equipamentos agrícolas conforme se pode ver nas Figuras 10 e 11. No que diz respeito ao uso de agro-químicos e fertilizantes orgânicos nas três províncias, constata-se que o estrume é o insumo mais utilizado, (Figura 10).

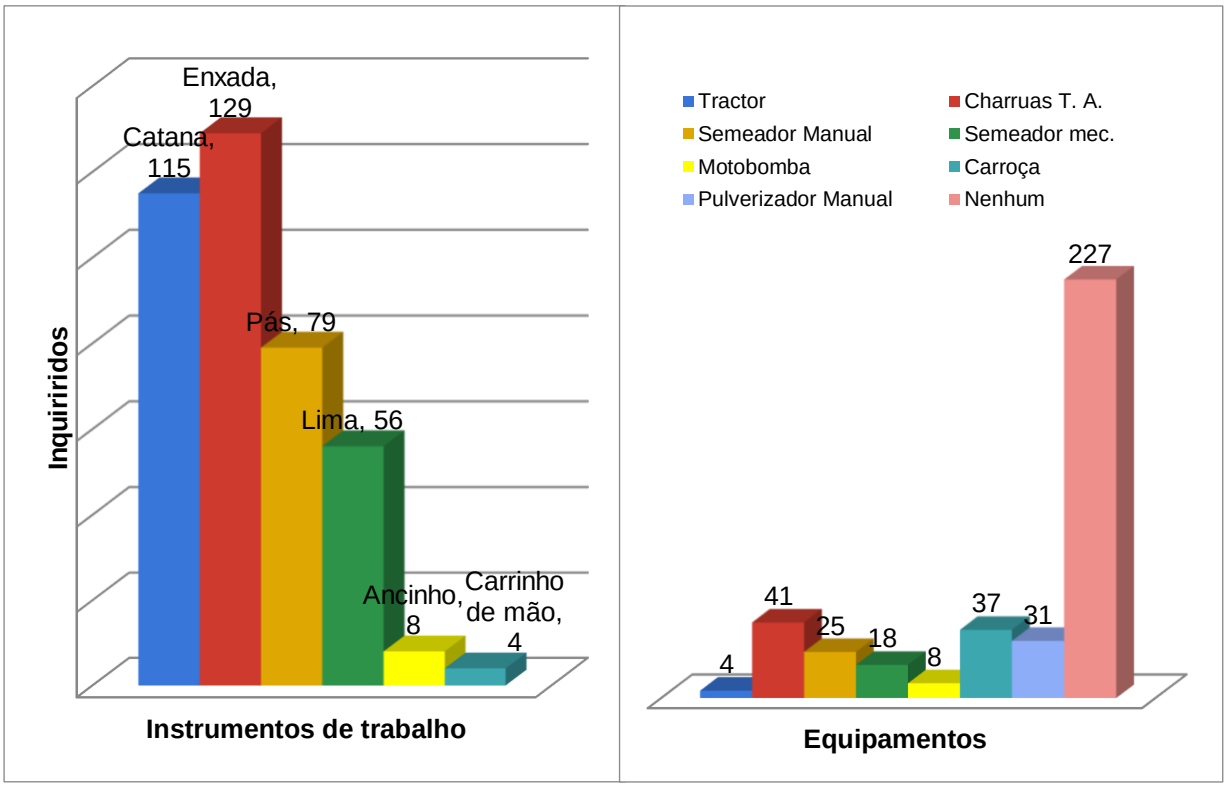


Figura 11 – Instrumentos e Equipamentos de trabalho

Quanto aos instrumentos e equipamentos utilizados na agricultura familiar nas comunidades em estudo, pode afirmar-se com base nos resultados da Figura 11 que grande parte dos pequenos produtores no meio rural, utilizam instrumentos rudimentares, com destaque para a enxada, catana, pás e a lima. Observa-se a pouca utilização de equipamentos mecanizados e de alta tecnologia pelos agricultores familiares, sendo que a maior parte dos equipamentos mecanizados utilizados são alugados pertencentes a terceiros.

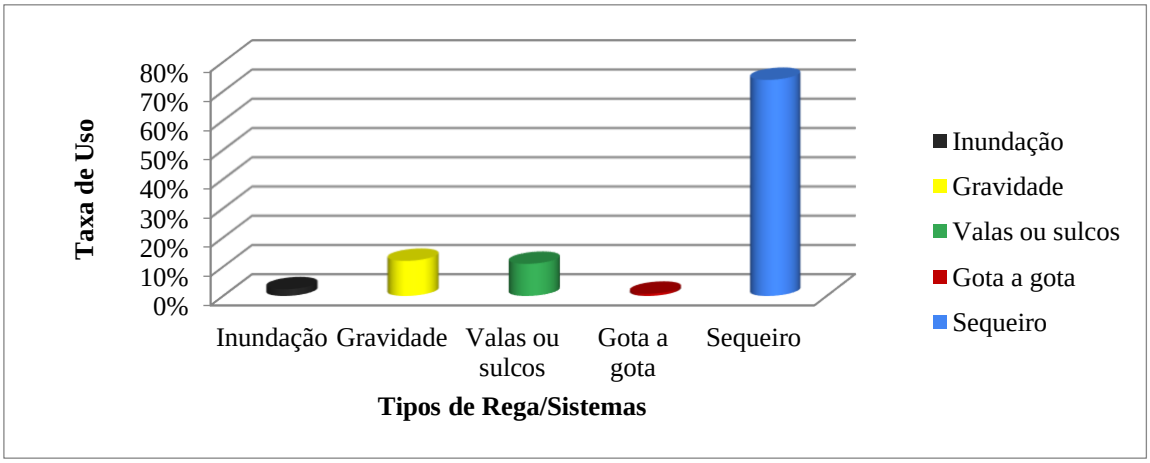


Figura 12 – Tipos de Rega/Sistemas de irrigação utilizados

Conforme mencionado na Figura 9, as comunidades rurais das províncias em estudo praticam duas modalidades de agricultura: agricultura por regadio e a agricultura de sequeiro. Durante o inquérito, observou-se que a maior parte dos pequenos produtores a nível das províncias do Namibe, Huila e Cunene pratica maioritariamente a agricultura de sequeiro. De referir que no sistema de irrigação por valas ou sulcos, a água é aplicada pela inundação parcial da área a ser irrigada, acompanhando as linhas da cultura, escoando e infiltrando-se nos sulcos construídos na superfície do solo, contrariamente ao sistema de rega gota-a-gota que é pouco utilizado nas 3 provincias. Neste caso, a água é aplicada no solo na forma de gotas com baixa débito através de pequenos orifícios dispostos ao longo das fitas de rega (Figura 12).

Comercialização e distribuição:

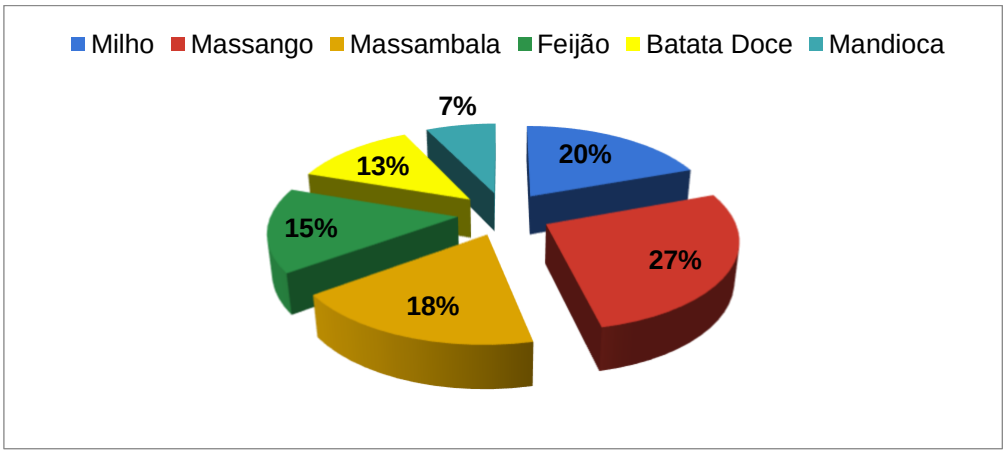


Figura 13 - Taxa de participação de produtos seleccionados na comercialização (%)

Determinou-se a taxa (do número de respostas pelo total da amostra e multiplicado por cem) de participação dos produtos seleccionados na comercialização. Assim, observou-se uma maior participação dos cereais, conforme ilustra o Figura 13. .

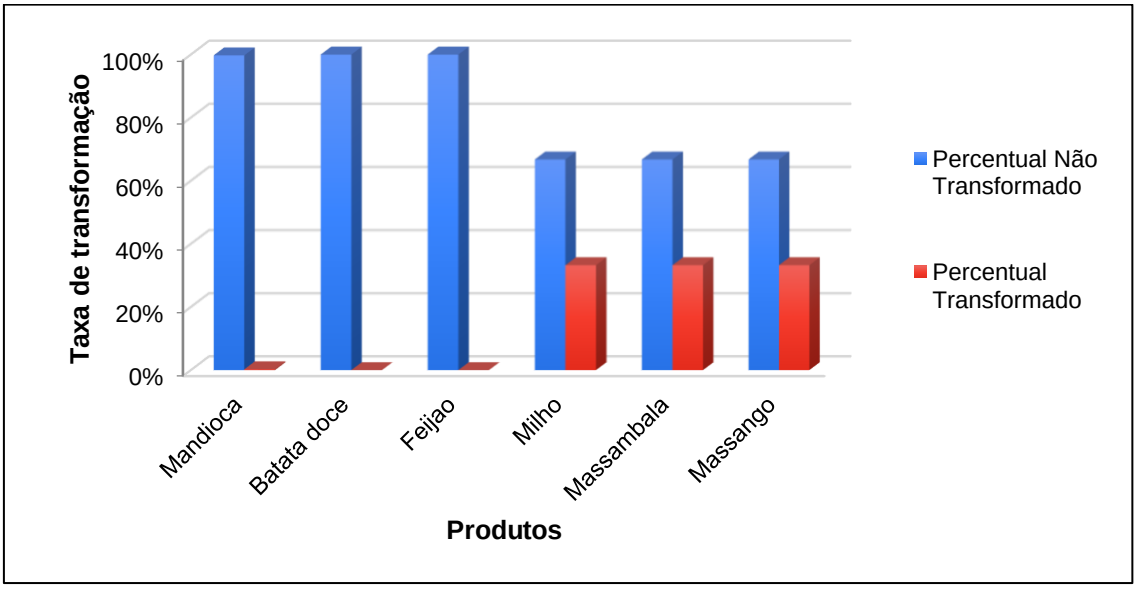


Figura 14 – Taxa de processamento dos Produtos (%)

No que diz respeito à transformação e/ou processamento dos principais produtos excendentários, observou-se uma fraca tendência por parte dos agricultores familiares a transformarem a sua produção. As maiores percentagens de produtos processados foram os cereais. Geralmente, ao nível das comunidades rurais das províncias em estudo, os produtos são transformados em fuba e bebidas caseiras (com destaque para os cereais), enquanto os tubérculos e as leguminosas quase não sofrem nenhum processo de transformação. Os produtores inquiridos afirmaram que a falta de meios e capacitação técnica para a conservação e a transformação dos produtos, obriga-os a disponibilizar esses produtos nos mercados de

maior proximidade sem a devida transformação, o que acaba tendo alguma influência na cadeia de comercialização.

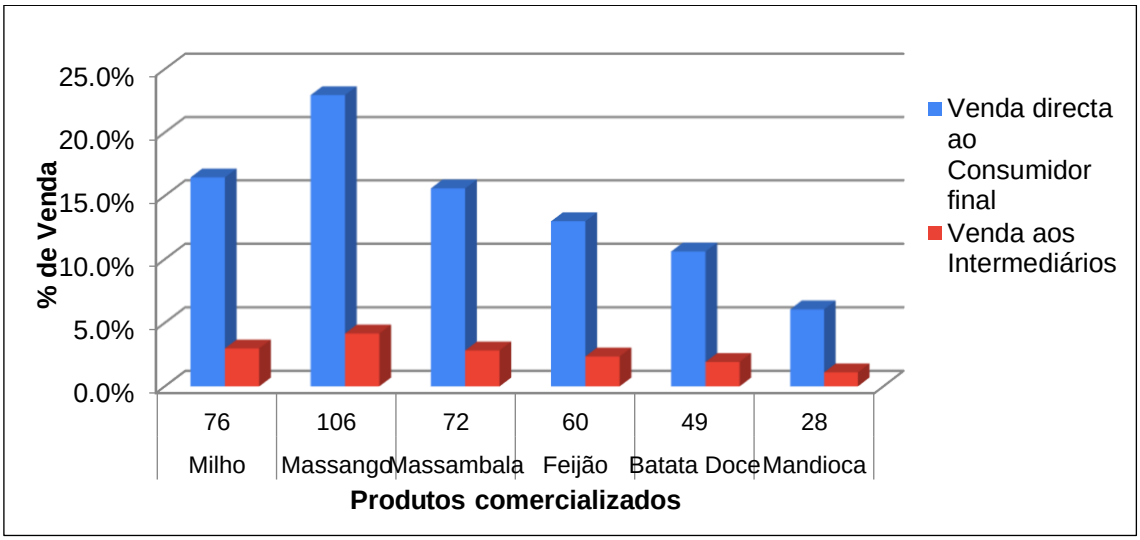


Figura 15 – Comercialização de produtos (% de venda ao Consumidor final e aos intermediários)

Conforme assinalado na Figura 14, a maioria dos produtores familiares disponibilizam a maior parte de sua produção directamente ao consumidor final no mercado mais próximo do local onde vivem, em boa parte devido à falta de meios técnicos para conservação, processamento e transporte (Figura 15).

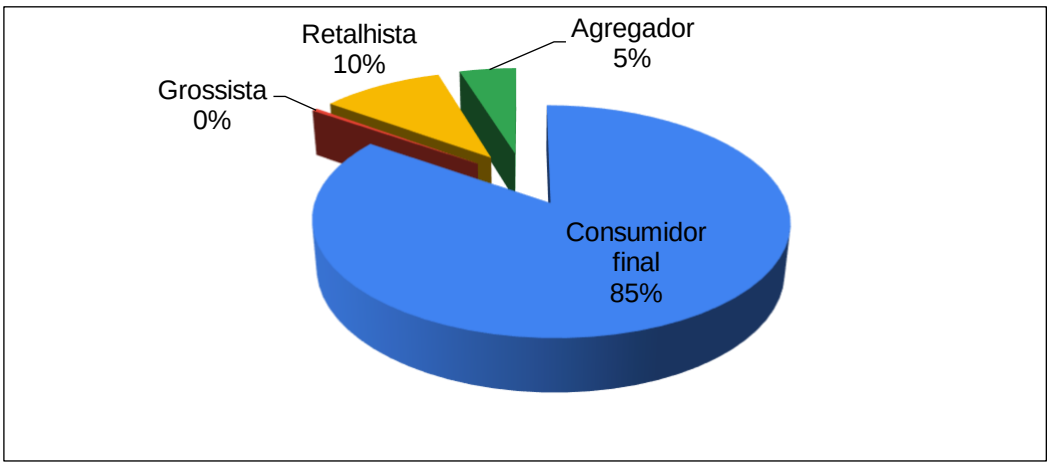


Figura 16 – Participação dos intervenientes citados na comercialização

Diante do que foi mencionado (ver Figura 15) pode constatar-se na Figura 16 que o consumidor final acaba por ter uma maior participação na cadeia de comercialização por ser o último elo da cadeia. No caso das comunidades rurais em estudo, verifica-se uma predominância do circuito curto.

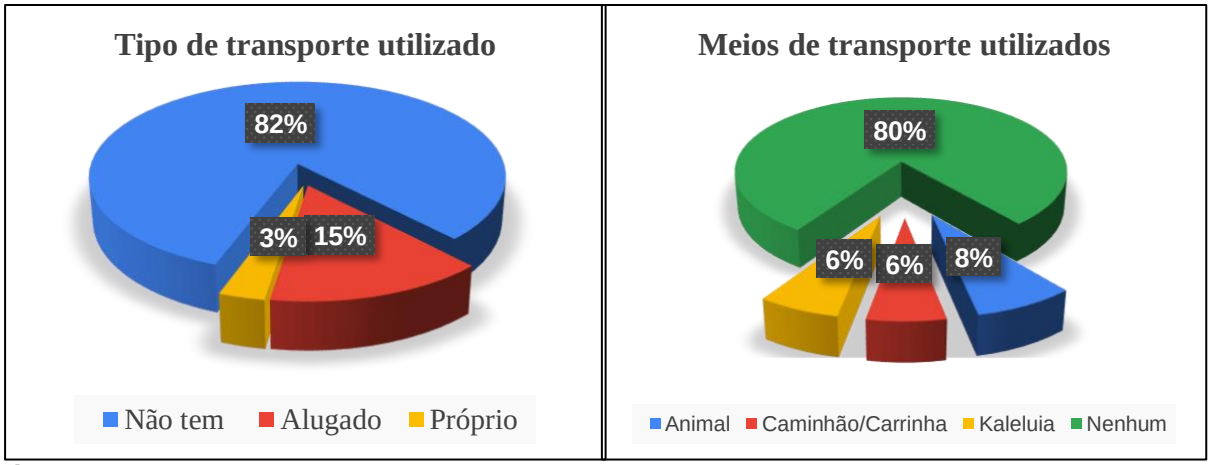


Figura 17 – Acesso ao transporte pelos intervenientes na comercialização dos produtos

A maioria dos pequenos produtores das áreas rurais nas províncias em estudo não tem transporte próprio e portanto recorrem a meios rudimentares para transportar os produtos.

Tabela 2

Preços médios e valor pago ao produtor por produtos seleccionados

Produtos	U/M	Preço médio (Kzs)	Quantidade média/ Agricultor (ton)	Valor ao produtor (Kzs)
Milho	Kg	350,00	0,16	56 000,00
Massango	Kg	300,00	0,07	21 000,00
Massambala	Kg	315,00	0,05	15 750,00
Feijão Manteiga	Kg	1500,00	0,02	30 000,00
Feijão Macunde	Kg	800,00	0,08	64 000,00
Batata – doce	Kg	600,00	1,33	798 000,00
Mandioca	Kg	250,00	0,93	232 500,00
Fuba de Milho	Kg	450,00		
Fuba de Massango	Kg	350,00		
Fuba de Massambala	Kg	400,00		
Fuba de Bombo	Kg	400,00		

A tabela 2 apresenta os preços médios pagos ao produtor, as quantidades transaccionadas, assim como o valor que o produtor recebe por cada quilograma de produto comercializado. A variação de preço por província é apresentada na tabela 3 para cada produto produzido e comercializado na região em estudo.

De salientar que, no período em que foi realizado o inquérito, entre os meses de Agosto a Outubro, havia muito poucos produtos nos mercados. Os principais produtos encontrados nos mercados foram: o Milho que era comercializado por 360 a 400 Kzs por cada 1 Kg e o Feijão

Macunde a 800 Kzs. Os produtores dos 9 municípios inquiridos afirmaram que o Feijão é a Leguminosa com maior expressão no mercado, e que o seu preço varia de 800 a 1500 Kzs/Kg dependendo da sua variedade.

A expectativa dos produtores é de que o preço dos cereais e dos tubérculos venha a subir, porque segundo eles, os preços não compensam os custos de produção. Os produtores afirmaram ainda que poderiam produzir mais, mas isso não acontece porque lhes falta dinheiro para cobrir os custos de produção, faltam compradores e a garantia de preços adequados de modo a ter bons lucros. A situação vem piorando devido à seca registada.

Analisando os resultados acima apresentados, pode dizer-se que a actividade agrícola familiar em Angola e particularmente ao nível das províncias do Namibe, Huila e Cunene precisa de maior atenção. Devem criar-se mecanismos para incentivar os mais jovens nas comunidades mais remotas a aderir a este tipo de actividade, uma vez que os resultados do estudo apontam para uma idade superior a 40 anos para a maioria dos pequenos produtores inquiridos. Observa-se ainda que a participação dos homens nesta actividade é inferior à das mulheres (ver Figura 3). É preciso que os homens se empenham mais nesta actividade, por forma a ajudar as mulheres, uma vez que elas sozinhas não o conseguirão fazer devido as outras actividades domésticas que desempenham no lar. Na opinião dos produtores inquiridos, existem ainda crenças nas comunidades rurais de que a agricultura é uma actividade puramente para o género feminino e para pessoas idosas (os mais velhos na linguagem popular). Esta posição é alicerçada nos meios culturais em que as pessoas vivem. Também se notou que nas comunidades em estudo, a agricultura é ainda considerada como uma actividade pertencente à camada mais desfavorecida, ou seja, a mais pobre da sociedade que vive nos meios rurais longe dos centros urbanos. Esta tendência tem levado a vários jovens das comunidades rurais a abandonarem o trabalho de campo e irem para as cidades, onde esperam vir a ter expectativa de melhores condições de trabalho a fim de melhorarem as suas vidas. Tendo em consideração o maior número dos agregados familiares, a contribuição de cada membro é vital para incrementar a produção necessária para a alimentação das comunidades locais e não só. Assim, entende-se que a actividade agrícola familiar não deve ser vista somente como uma actividade precária, mas sim, como uma verdadeira fonte de recursos, capazes de alavancar o crescimento da economia do país através da diversificação económica. Para isso, julga-se oportuno a implementação de sistemas de circuitos curtos agro-

alimentares (CCA) para potenciar os pequenos produtores nas comunidades rurais das províncias em destaque.

Outra questão que merece reflexão está relacionada com a produção. Há vários aspectos que precisam ser abordados quanto a essa questão. No que concerne à posse das terras que os produtores familiares exploram, para fornecer os produtos necessários para o consumo próprio e para o mercado, constatou-se que nos meios rurais, existem vastas extensões de terras que precisam ser valorizadas. No entanto, notou-se que para a maioria dos produtores familiares não há uma diferença significativa entre o tamanho da parcela de terra e a área realmente explorada (conforme ilustra o Figura 5). Uma vez que a produtividade depende de vários factores tais como: rendimento médio da cultura, quantidade de insumos disponíveis, capacidade técnica e área explorada, vários produtores familiares apontam para diversas dificuldades relacionadas com estes factores, que não lhes possibilita possuir e explorar maiores superfícies de terras (ver a classificação da agricultura familiar referida no ponto 1.4. do presente relatório) e assim produzir em quantidade suficiente. Uma grande parte dos pequenos produtores agrícolas trabalham com instrumentos rudimentares (ver Figura 11) e apenas uma minoria tem acesso aos equipamentos mais modernos, que na generalidade não são dos próprios. Ainda no que diz respeito aos instrumentos de trabalho, constatou-se que nenhum produtor fez menção ao machado que é uma ferramenta precária, mas muito importante na agricultura familiar. Um apontamento referente ao uso de alguns insumos agrícolas (com destaque aos agroquímicos e fertilizantes orgânicos), salienta que um grande número dos produtores familiares nas províncias do Namibe, Huila e Cunene utiliza preferencialmente o estrume relativamente a outros agro-químicos (ver Figura 12). O estrume apesar de ser um produto natural para o tratamento e/ou enriquecimento do solo, ainda não é produzido em quantidade suficiente para atender as necessidades de todos os produtores ao nível das comunidades rurais em estudo. Os produtores afirmaram que com a perda de animais (gados) devido a seca que assola a região, eles também perderam muita da capacidade de produzir o estrume em quantidade suficiente. Olhando para esta realidade, percebe-se que a utilização do estrume vem em substituição aos agro-químicos e adubos, não por causa de seus efeitos nocivos mas sim devido às variadas dificuldades que eles encontram na obtenção destes factores de produção. Neste sentido, foram levantadas as dificuldades que os produtores encontram na aquisição dos instrumentos, equipamentos e insumos agrícolas, entre os quais se destacam a ausência desses *input*s no mercado local, os altos preços, a falta de meios financeiros e a má qualidade desses factores de produção. Em termos de argumentação,

pode dizer-se que os *inputs* não são na sua maioria produzidos localmente, mas muitas vezes os produtores compram-nos dos retalhistas (na sua maioria ambulantes) que os buscam de outros lugares para os revender a preços mais altos. Alguns produtores têm de percorrer distâncias significativas para os adquirir noutras localidades (comuna, município e província), o que acaba aumentando o custo de aquisição. Como se pode notar, sem os meios de produção adequados torna-se difícil para estes produtores explorar grandes superfícies de terras para fornecer alimentos suficientes para consumo próprio e para o mercado, restringindo-se, portanto, a explorar uma pequena parcela de terra com a única finalidade de subsistência.

No que concerne às culturas cultivadas, o inquérito realizado com os produtores familiares revelou que entre as diversas culturas, as mais citadas foram: o milho, o massango, a massambala, o feijão, a batata-doce e a mandioca (ver a Figura 6). Estes produtos são considerados excedentários na medida em que são produzidos para o consumo próprio e também para o mercado. Segundo as opiniões dos inquiridos, eles produzem em primeiro lugar para o consumo próprio e apenas o que sobra é vendido para suprir outras necessidades.

Analisando atentamente os resultados da Figura 6, pode perceber-se que de todos os produtos citados pelos produtores, o massango, a massambala, o milho e o feijão foram aqueles mais referenciados. A partir destes resultados, pode contextualizar-se os produtos por província, constatando-se que o milho, o feijão e a batata-doce são os mais produzidos na província do Namibe. Esta realidade pode ser explicada pelo facto da maioria dos produtores familiares da província do Namibe praticar a agricultura por regadio ou irrigação, o que faz com que não dependam totalmente da chuva para produzir. Neste sentido, eles podem produzir ao longo de todo o ano, ao contrário dos produtores das províncias da Huila e Cunene, onde grande parte depende exclusivamente da chuva para produzir. Outro factor apontado, e que também contribui para esse cenário é a seca cíclica que flagela a região. Por sua vez, o massango, massambala são mais cultivados na província do Cunene, enquanto a mandioca é mais produzida na província da Huila.

Considerando a produção média desses produtos (ver Figura 8), pode notar-se que o massango, a massambala, o milho e o feijão, apesar de serem os mais referenciados, representam um peso menor em termos de produção e/ou rendimento. Ao passo que a batata-doce e a mandioca representam um peso maior em termos de rendimento. Isto significa que por uma pequena superfície de terra cultivada, a quantidade de mandioca e batata-doce recolhida será superior à dos outros produtos se cultivados na mesma proporção. Contudo,

ainda existem vários constrangimentos que reduzem a capacidade produtiva dos produtores em relação estes produtos, dentre os quais se destacam: a ausência de chuva nos últimos anos, a falta de meios adequados de produção, a falta de assistência técnica especializada e o conhecimento em relação às épocas de cultivo, e o tipo de cultura e técnicas para a preparação das terras.

Em relação à comercialização dos produtos acima mencionados, importa dizer que os cereais apesar de apresentar um baixo nível de produção (ver Figura 8) são os mais comercializados, conforme ilustra a Figura 13. O Massango é cereal mais comercializado, dado que 27% dos produtores vendem este produto, seguido pelo Milho com 20% e a Massambala com 18%. Os cereais são vendidos em grão e/ou em fuba (após processo de transformação). Importa salientar que os produtores familiares ainda comercializam o Milho sob a forma de maçaroca verde. O mesmo acontece com o processamento dos produtos do campo, onde os cereais ocupam maior taxa, conforme se pode ver na Figura 14. As leguminosas e os tubérculos são vendidos sem nenhum processo de transformação.

Conforme se pode ver nas Figuras 15 e 16, dos circuitos existentes na cadeia de comercialização, há predominância do circuito curto, onde grande parte dos produtos são vendidos directamente do produtor ao consumidor final. Esta realidade deve-se ao facto de que a maior parte dos produtores familiares não possuirem meios técnicos susceptíveis que lhes assegurem a conservação, processamento e transporte dos campos para o mercado onde há preços mais para a venda dos produtos. Com recurso a meios precários de transporte (ver Figura 17), esses produtores disponibilizam maior parte de sua produção directamente ao consumidor final no mercado mais próximo do local onde vivem, sendo que apenas uma pequena porção é vendida aos intermediários. Isso tem como consequência a redução do valor do produto que muitas vezes é vendido a preços inferiores ao valor do mercado. Assim, tal como se observa na tabela 2, o Feijão Manteiga apresenta preço mais alto comparativamente a outros produtos seleccionados. No entanto, o valor que o produtor recebe desta cultura é muito inferior ao da batata-doce e da mandioca. Tais situações devem-se às altas produtividades que a batata-doce e mandioca apresentam, não obstante o preço baixo destes produtos. Os produtores mencionaram que, se os consumidores e os intermediários pagassem a Batata-doce, a mandioca e os cereais ao preço do feijão, o negócio das raízes, dos tubérculos e dos cereais seria muito mais rentável e a renda familiar aumentaria. Na verdade, os preços praticados relativos aos subprodutos como as farinhas (fuba) de Milho, Massango e

Massambala e de Bombó (mandioca) apresentam um preço agregado que não é compensador para o intermediário.

A real situação encontrada na região em estudo indica que o preço pago ao produtor pelos diferentes produtos seleccionados é pouco variável, dependendo do comprador e do local, e em alguns casos, dependendo também do volume ofertado, da qualidade do produto e da localização da propriedade, influenciados pelas condições das vias de acesso.

Caracterização dos circuitos de comercialização de produtos agrícolas, tipos de agentes intervenientes e principais produtos excedentários

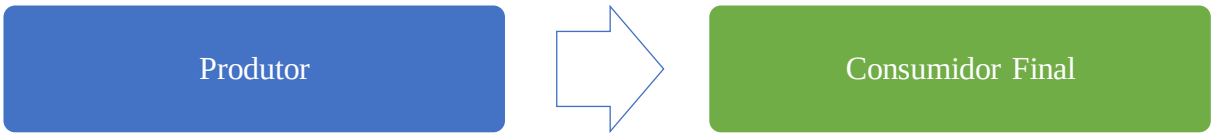
Olhando para a realidade do agro-negócio no que se refere aos pequenos produtores da região sul de Angola, pode observar-se que a comercialização dos produtos agrícolas nas províncias do Namibe, Huila e Cunene ainda é feita muitas vezes de modo tradicional, onde o agricultor vende os seus produtos à beira do campo (lavra), em casa e/ou no mercado (praça) mais próximo. Segundo as opiniões dos inquiridos, tal ocorre porque a maior parte das comunidades familiares das zonas rurais vivem em condições de extrema pobreza. Isto quer dizer que, por um lado, os pequenos produtores não possuem a capacidade financeira suficiente para lhes permitir financiar o processo de produção (adquirir os *inputs* necessários a fim de realizar o excedente de produção) e ter acesso ao transporte adequado de seus produtos. Por outro lado, os próprios consumidores locais têm um poder de compra muito baixo, o que não lhes permite adquirir os produtos do campo em quantidade suficiente e ao preço real do mercado. Assim, com uma produção insuficiente e a falta de meios adequados para o transporte dos produtos, torna-se difícil para os agricultores familiares levarem os produtos do campo para mercados mais distantes, ou seja, para outras localidades (comuna, município, capital provincial, província) onde o produto apresenta maior valor de mercado. Importa salientar que mesmo aqueles pequenos produtores que conseguem obter um excedente de produção confrontam-se também com a situação do transporte dos produtos para mercado mais próximo, que na sua maioria dos casos, é feito a pé e/ou por outros meios de transporte precários (Figura 17).

Também se observa que os agricultores familiares das comunidades rurais no momento da venda de seus produtos, o seu poder de negociação é fraco por estes não terem acesso às informações acerca dos preços praticados noutros locais e sobre as questões relacionadas com a oferta e procura de produtos alimentares. Actualmente assiste-se a uma tendência na qual, o transportador deixa de prestar o serviço de frete ao agricultor e passa ele a comprar a

produção directamente no campo. Quando chega ao mercado, entrega a mercadoria à vendedora que por sua vez a vende e ganha a respectiva margem.

Abaixo destacam-se os principais agentes intervenientes nos diferentes circuitos de comercialização existentes. Segundo as informações obtidas durante o trabalho de levantamento de dados (ver Figura 16), destacam-se:

1º **Canal de distribuição curto** (85%, o mais comum)



2º Canal de distribuição intermédio (10%)



3º Canal de distribuição longo (0-5%)



O retalhista é o último interveniente até chegar ao consumidor final. Os intervenientes deste elo são sobretudo do sexo feminino, ou seja, são as famosas quitandeiras e zungueiras (ambulantes). Estas senhoras ocupam pontos estratégicos da circulação de pessoas ou zungam (caminham) pelas ruas ao encontro do consumidor final. O transportador é o interveniente representado pelos indivíduos que fazem negócios associados ao ramo de transporte.

Análise SWOT da cadeia de comercialização dos produtos agrícolas nas províncias do Namibe, Huila e Cunene

Pontos Fortes	Pontos Fracos
✓ Condições edafoclimáticas favoráveis para a produção de hortícolas, cereais, tubérculos e leguminosas; ✓ Predisposição para aumentar e diversificar a produção agrícola por parte dos produtores; ✓ Tendência para aumentar número de compradores o que pode evitar	✓ Dificuldade de comercialização, causando perdas elevadas da produção; ✓ Falta de organização dos produtores, o que influencia o poder de negociação do preço de venda e a quantidade comercializada; ✓ Falta de apoio técnico, o que

a deterioração dos mesmos; ✓ A diversificação da produção apresenta boas possibilidades de exploração económica o que pode aumentar significativamente a renda familiar; ✓ Os produtores e consumidores fazem um processamento mínimo de modo a consumir os derivados em tempo de escassez; ✓ Alguns produtores familiares apresentam uma renda equilibrada, servindo como exemplo para outros atraindo assim novos produtores;	contribui para a baixa produção e consequentemente baixa quantidade oferecida no mercado; ✓ Falta de infra-estruturas de mercado, faz com que os produtores percorram longas distâncias para comercializar sua produção; ✓ Falta de transporte para escoamento da produção; ✓ O processo da comercialização é informal ✓ A falta de amanhos culturais e práticas de preservação sustentáveis; ✓ Falta de infra-estrutura de conservação causa elevadas perdas de produção; ✓ Poder de negociação muito limitado por parte dos produtores;
Oportunidades	**Ameaças**
✓ A quantidade produzida é suficiente para escoar; ✓ Aumento da procura devido ao crescimento populacional; ✓ A venda do excedente produzido melhora a renda familiar; ✓ Os produtores interessados em aumentar a produção; ✓ Possibilidade de implementar feiras de comercialização agrícola; ✓ Construção de mercados capazes de absorver a produção local; Possibilidade de produzir ao longo de todo o ano; ✓ Apoio técnico do Governo e entidades parceiras; ✓ Existência de programas nacionais de incentivo à produção familiar (PAC, PRODESI, FACRA, entre outros).	✓ Fenómenos naturais cíclicos (seca, inundações) causam prejuízos na produção; ✓ Os preços praticados tanto para o consumidor final assim como aos intermediários são baixos; ✓ Maior número de concorrentes aumenta a oferta e reduz a procura devido ao excesso de produtos no mercado; ✓ Doenças e pragas reduzem a produção e a qualidade do produto final; ✓ O baixo índice de fertilidade dos solos devido às más práticas agrícolas; ✓ Ausência de políticas de desenvolvimento da comercialização de produtos a nível comunal e municipal; ✓ Fraco poder de compra da população local, o que dificulta ou impede o aumento da demanda e do consumo;

AS BOAS PRÁTICAS E OS CASOS DE SUCESSO EM INICIATIVAS PASSADAS E/OU DECORRENTES

a) Iniciativas ou boas práticas adoptadas pelo governo e outros organismos de apoio aos produtores familiares:

1. Promoção da organização produtiva e social das mulheres rurais;
2. Reforço do investimento de novas tecnologias de transformação e processamento de produtos agro-pecuários;
3. Reforço da capacidade operacional das Estações de Investigação Agronómicas e Zootécnicas existentes nas Províncias do Namibe e Huíla;
4. Promoção da comercialização da produção agrícola familiar através do Programa PAPAGRO e outros;
5. Realização das feiras municipais e/ou comunais de exposição e venda de produtos agro-pecuários;
6. Reforço do processamento de leite em Iogurte nos Municípios do Virei e Bibala;
7. *Workshop* formativo sobre o Desenvolvimento das Cadeias de Valor Sustentáveis e Inclusivas organizado pela FAO.
8. Implementação de projectos que visam a promoção da agricultura e pecuária nas zonas afectadas pela seca, tais como a abertura de furos de água no Virei, a construção do canal do Cafu no Cunene por exemplo.
9. Programas de apoio aos produtores nacionais, tais como: PAC, PRODESI, FACRA;
10. Linhas de crédito BDA, Fundo, O Fundo Activo de Capital de Risco (FACRA), o Fundo de Apoio ao Desenvolvimento Agrário (FADA)

b) Iniciativas e/ou boas práticas adoptadas pelas comunidades agrícolas familiares

- O uso de fertilizantes de origem animal (estrume).
- Uso de técnicas naturais à base de plantas, frutas e nozes, para combater as pragas, parasitas e doenças tanto nos animais como as culturas.
- Criação de cooperativas no meio rural.

CONSIDERAÇÓES FINAIS

Os resultados do estudo expõem que os mercados de proximidade nas diferentes comunidades rurais das províncias acima referenciadas se caracterizam predominantemente por um circuito directo ou por venda directa onde o produtor comercializa os seus produtos directamente ao consumidor final. Existem poucos agentes intervenientes na cadeia de comercialização dos

principais produtos excendentários. Na maioria dos casos, há um predomínio do circuito informal de comercialização em que os agricultores vendem os produtos a partir de casa e/ou campo (lavra).

Entre os principais agentes intervenientes na cadeia de comercialização, destacam-se o retalhista, o agregador, o consumidor final. Os principais produtos excedentários identificados são: milho, massango, massambala, feijão, batata-doce e mandioca. Geralmente, o segmento de consumo é constituído por consumidores finais locais, isto é, consumidores residentes nas proximidades dos campos de cultivo.

Existem vários constrangimentos que interferem nos circuitos de comercialização desses produtos. Logo, é deveras pertinente que se aumente a produtividade destes produtos da cesta básica com a implementação de políticas que visem incentivar as empresas comerciais, indústrias e consumidores finais de localidades mais distantes a aderirem aos produtos do campo. Neste sentido, urge criar condições que permitam que os produtores produzam em maior quantidade os vários produtos e que tenham condições para os escoar para as zonas onde estes tenham maior valor de mercado.

RECOMENDAÇÕES:

- Para o sucesso integrado de todo plano é necessário, com a devida urgência, recrutar e reter técnicos, por via da igualdade salarial com a educação e saúde (evitar a fuga dos poucos técnicos para educação), principalmente os técnicos que trabalham no meio rural. O garante da assistência técnica necessária aos produtores familiares só será possível com o ingresso de novos técnicos de diferentes especialidades e a existência de meios técnicos adequados aos cumprimentos das tarefas de extensão no campo (transporte e outros). Entretanto, urge implementar as acções de formação e capacitação nas seguintes temáticas ligadas à gestão de empresas agrícolas, boas práticas agrícolas, técnicas de transformação e conservação de produtos de campo e inovação tecnológica para agregar valor aos produtos do campo, bem como o comércio rural.
- Iniciativas ou boas práticas adoptadas pelo governo e outros organismos de apoio aos produtores familiares.
- Valorizar as iniciativas e/ou as boas práticas adoptadas pelas comunidades agrícolas familiares.

- Orientar os investimentos em equipamento (veículos adequados, cadeias de frio, locais de venda e transformação, etc…) para apoiar os pequenos produtores.

BIBLIOGRAFIA

Barros, G. (2007). Economia da comercialização Agrícola. Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada – CEPEA. Universidade de São Paulo – USP.

Gil, A. (2008). Métodos e técnicas de pesquisa social. (6ª ed). São Paulo: Atlas.

Kotler, P. (2015). Princípios de marketing; tradução Sabrina Cairo; revisão técnica Dilson Gabriel dos Santos e Francisco Alvarez. (15ª ed). São Paulo: Pearson Edu-cation do Brasil.

Mamaot. (2013). Estratégia para a Valorização da Produção Agrícola Local. Relatório Final do Grupo de Trabalho GEVPAL. Ministério da Agricultura, Mar, Ambiente e Ordenamento do Território. Lisboa.

Nascimento, D. (2002). Metodologia do trabalho científico: teoria e prática. Rio de Janeiro: Forense.

Piza, C. (1968). Introdução à Análise da Comercialização. Série Apostila n.º 10. Departamento de Economia - ESALQ/USP, Piracicaba-SP.