MINISTERIO DA AGRICULTURA

Direcção Nacional de Economia Agrária

Relatórios Preliminares de Pesquisa

Mini-SIMA e Análises Específicas:
Um Ensaio Aplicado aos Mercados de Maputo

Por
MOA/MSU Equipa de Pesquisa

Relatório Preliminar de Pesquisa No.15
15 de Julho de 1993

República de Moçambique

Mini-SIMA e Análises Específicas: Um Ensaio Aplicado aos Mercados de Maputo

por
MOA/MSU Equipa de Pesquisa

Relatório Preliminar de Pesquisa N°15
15 de Julho de 1993

Direcção Nacional de Economia Agrária

Relatórios Preliminares de Pesquisa

A publicação das séries de relatórios preliminares de pesquisa visa proporcionar aos interessados, informações preliminares de pesquisas continuando-se no entanto a tratar os dados a fim de se conseguir uma síntese mais apurada que será apresentada nas publicações finais. A preparação dos relatórios preliminares de pesquisa e suas discussões com aqueles que elaboram e executam programas e políticas em Moçambique podem constituir um importante passo para análise e planificação das actividades das varias Direcções Nacionais.

Todos comentários e sugestões referente a matéria em questão são relevantes para identificar questões adicionais a serem consideradas nas pesquisas subsequentes e para aprimorar os relatórios principais a serem elaborados pelos pesquisadores da Direção Nacional de Economia Agrária. Deste modo recomenda-se que os utentes dos relatórios preliminares sejam encorajados a submeterem os seus comentários e informarem a respeito das suas necessidades em termos de questões e tipos de análises que julgam ser dos seus interesses profissionais e das instituições a que estão afectos.

Júlio Massinga
Director Nacional de Economia Agrária
Ministério da Agricultura
Direcção Nacional de Economia Agrária

Agradecimentos

A Direcção Nacional de Economia Agrária vem desenvolvendo em conjunto com os Departamentos de Economia Agrária da Michigan State University e da University of Arizona, pesquisas na área da Segurança Alimentar. Gostaríamos de agradecer ao Ministério da Agricultura da República de Moçambique e a Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (USAID) em Moçambique, pelo apoio financeiro e pelo substancial suporte no desenvolvimento de pesquisas na área da Segurança Alimentar em Moçambique. Os nossos agradecimentos são extensivos ao "África Bureau" e ao "Bureau of Science and Technology" da USAID/Washington pelo apoio prestado possibilitando assim a participação de investigadores das duas Universidades nesta pesquisa e a realização de trabalhos de campo em Moçambique.

Raul Jorge G. Varela
Director do Projecto Cooperativo de Pesquisa
Segurança Alimentar em Moçambique
Departamento de Economia Agrária -MSU

MOA/MSU Equipa de Pesquisa

Júlio Massinga, Contraparte

Higino Francisco de Marrule, Pesquisador Adjunto

Ana Paula Manuel dos Santos, Pesquisadora Adjunta

Rui Manuel dos Santos Benfica, Pesquisador Adjunto

Matias Isaac Mugabe, Pesquisador Adjunto

Raul Jorge G. Varela, MSU Director do Projecto em Moçambique

David Tschirley, MSU Analista

Michael T. Weber, MSU Analista

Paul Strasberg, MSU Analista Assistente

Cynthia Donovan, MSU Analista Assistente

CONTEÚDO

I. INTRODUÇÃO/JUSTIFICATIVO 1

II. DESCRIÇÃO DOS MERCADOS 3

2.1. Mercado de Xipamanine e Bazuca 3
2.2. Mercado de Xiquelene 5
2.3. Mercado do Mucoriama 5
2.4. Mercado de Mafalala 5
2.5. Mercado Vulcano 6
2.6. Mercado do Componde 6

III. CARACTERÍSTICAS DOS AGENTES ECONÓMICOS 7

IV. INFORMAÇÕES REFERENTES A PREÇOS E OFERTA 10

4.1. Guião das abreviaturas de produtos 11
4.2. Informação completa de preços em mercados 12
4.3. Informação completa de oferta a nível de mercado 16
4.4. Informação completa de preços a nível de lojas 17
4.5. Informação completa de preços a nível armazenista 18

V. GRÁFICOS DE PREÇOS SEMANAIS NOS ÚLTIMOS DOIS MESES 19

VI. MUDANÇAS DE PREÇOS E IMPLICAÇÕES NO CONSUMO 22

6.1. Considerações metodológicas 22
6.1.1. Determinação do nível de consumo e calorias 22
6.1.2. Algumas hipóteses de partida 22
6.2. Apresentação e discussão dos resultados 23

VII. CONCLUSÃO E PESQUISA ADICIONAL 27

ANEXO 1: VARIAÇÕES DE PREÇOS E IMPLICAÇÕES NO CONSUMO E NÍVEL NUTRICIONAL DAS FAMÍLIAS 28

REFERÊNCIAS 33

LISTA DAS FIGURAS

FIGURA 1. MAPA PARCIAL DA CIDADE DE MAPUTO COM A LOCALIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS MERCADOS 4

LISTA DOS QUADROS

QUADRO 1: MÉDIA DE NÚMERO DE VENDEDORES RETALHISTAS NOS MERCADOS 3
QUADRO 2: RENDIMENTOS MÉDIOS POR SACO VENDIDO 9
QUADRO 3: PREÇOS DE MILHO E DERIVADOS, EM MERCADOS, JANEIRO/1993 12
QUADRO 4: MUDANÇA ABSOLUTA DOS PREÇOS DE MILHO E DERIVADOS EM MERCADOS, DEZEMBRO/1992-JANEIRO/1993 12
QUADRO 5: PREÇOS DE OUTROS PRODUTOS EM MERCADOS, JANEIRO/1993 12
QUADRO 6: MUDANÇA ABSOLUTA DOS PREÇOS DE OUTROS PRODUTOS EM MERCADOS, DEZEMBRO/1992-JANEIRO/1993 12
QUADRO 7: MAIORES AUMENTOS DE PREÇOS AOS CONSUMIDORES EM MERCADOS 13
QUADRO 8: MAIORES DECRÉSCIMOS DE PREÇOS AOS CONSUMIDORES EM MERCADOS 13
QUADRO 9: PREÇOS EXTREMOS AOS CONSUMIDORES EM MERCADOS 14
QUADRO 10: PRODUTOS QUE DESAPARECERAM DO MERCADO 14
QUADRO 11: PRODUTOS QUE APARECERAM NO MERCADO 14
QUADRO 12. PRODUTOS QUE CONTINUARAM A NAO EXISTIR NO MERCADO 15
QUADRO 13: OFERTA DE MILHO E DERIVADOS EM MERCADOS, JANEIRO/1993 16
QUADRO 14: OFERTA DE OUTROS PRODUTOS EM MERCADOS, JANEIRO/1993 16
QUADRO 15: PREÇOS DE MILHO E DERIVADOS EM LOJAS, JANEIRO/1993 17
QUADRO 16: PREÇOS DE OUTROS PRODUTOS EM LOJAS, JANEIRO/1993 17
QUADRO 17: PREÇOS DE MILHO E DERIVADOSA A NIVEL ARMAZENISTA, JANEIRO/1993 18
QUADRO 18: PREÇOS DE OUTROS PRODUTOS A NIVEL ARMAZENISTA, JANEIRO/1993 18
QUADRO 19: MUDANÇA DE PREÇOS E IMPLICAÇÕES NO CONSUMO 24
QUADRO 20: IMPACTO NUTRICIONAL DAS VARIAÇÕES DE PREÇOS 25

I. INTRODUÇÃO/JUSTIFICATIVO

Durante muito tempo os investigadores do Projecto de Segurança Alimentar MA/MSU tem vindo a argumentar ser possível desenvolver-se um sistema de recolha de dados de mercado a nível provincial sem excluir o sistema nacional. Isso porque os dois níveis têm validade, dependendo da utilidade e dos objectivos das análises que se pretende desenvolver.

Por um lado é incontestável a importância das recolhas de informação sobre preços inter-provinciais ou mesmo inter-regionais (Norte, Centro e Sul do país). De facto, com esse esquema pode-se conhecer as variações do mercado nos diversos pontos do país, identificar os principais constrangimentos e, fundamentalmente, obter guiões para uma melhor política de reformas de mercado e afectação de recursos aos intervenientes do comércio e aos potenciais beneficiários da ajuda alimentar.

Por outro lado, dadas as deficitárias condições sócio-económicas de muitos cidadãos moçambicanos, é possível que quer o consumidor, quer o comerciante não tenham sempre um horizonte de operação comercial além da província. Isto devido ao fraco poder de compra (para o caso do consumidor) e do fraco poder de aquisição e a falta de meios de transportes adequados (para o caso do comerciante) constituem os factores limitantes de operação em termos de espaço geográfico, fazendo-nos argumentar que em muitos casos as informações intra-provinciais e inter-distritais sejam de capital importância.

A metodologia de metas pré-estabelecidas de produção e de comercialização está já ultrapassada. As autoridades locais necessitam de instrumentos científicos que possam apoiá-las nas decisões pontuais. É nesse contexto que julgamos ser útil conhecer-se o comportamento do mercado nos diversos distritos, podendo-se desta forma aumentar a dinâmica comercial ao mesmo tempo que se vai conhecendo os constrangimentos de cada distrito. Paralelamente a isso, o sistema de recolha a nível provincial permite que cada província inclua os produtos que julgue serem de maior expressão, mas que por razões técnicas não poderam ser inclusos no sistema de recolha a nível nacional.

É com esta última orientação que o projecto optou por usar dados de alguns dos principais mercados da cidade de Maputo e proceder com analises mais aprofundadas sobre as variações dos preços e as implicações nos rendimentos e consumo de alguns intervenientes do mercado.

A opção ora assumida não pretende minimizar o papel que possa vir a ter uma eventual análise de dados e publicações de boletins específicos de cada província, analizando variações inter-distritais e incluindo produtos de interesse específico da província que por razões técnicas não poderam ser inclusos a nível do Sistema de Informação de Mercado Agrícola (SIMA) nacional.

Efectivamente, o desafio de implementar um SIMA a nível provincial é difícil mas não impossível. Em termos de programação não exige grandes sacrifícios. Porém requer sim uma maior participação das autoridades locais, particularmente das Direcções Provinciais de Agricultura e de Comércio fortemente coordenados pelo Governo local. O treinamento inicial dos inquiridores requer um esforço extra mas susceptível de ser realizado de uma forma cabal. A disponibilidade de um computador nas províncias com a capacidade de pelo menos 60 MB para comportar o programa para a produção do boletim informativo, poderá ser uma das principais dificuldades a serem ultrapassadas pelas estruturas provinciais.

Neste documento optamos por usar os dados de alguns mercados de Maputo e proceder com uma

análise mais aprofundada que poderá vir a servir de modelo para futuras publicações. Existem razões de ordem técnico/profissional que favoreceram este ponto de partida, esperando-se no entanto, que os resultados alcançados com esta publicação possam vir a servir de guião para a iniciação do que convencionou-se chamar de Mini-SIMA nas outras provincias.

Desde a introdução do Programa de Reabilitação Económica (PRE) em 1987, a Cidade de Maputo tem sido palco de proliferação de mercados informais, com um crescimento e dinâmica impressionantes. O facto de ser o principal recipiente da ajuda alimentar aliado a uma forte mobilidade populacional fez de Maputo um mozaico de moldura humana operando nas actividades comerciais informais e usando estratégias diferentes para a sua sobrevivência. Essa diversidade de estratégias fortemente influenciadas pela origem dos produtos causam grandes disparidades nos preços dando lugar a uma grande inequidade nos níveis de lucros entre os diferentes agentes económicos.

À luz dessa disparidade na redistribuição de lucros, consequentemente perturbando o poder de compra dos intervenientes, criam-se falsas percepções sobre o funcionamento do mercado. E com o intuito de ajudar a entender o funcionamento da rede comercial, principalmente a informal e de produtos alimentares, que o projecto, ao longo dos últimos meses vem fazendo recolha em seis dos principais mercados de Maputo nomeadamente Xipamanine, Mafalala, Vulcano, Componde, Mucoriama e Xiquelene[1].

A título experimental convencionou-se apresentar a informação de preços e sua variação usando a mesma estrutura do nosso já conhecido Boletim Mensal do SIMA. Porém algumas inovações no que concerne às análises foram inclusas. Tais inovações incluem: 1) Uma descrição detalhada dos mercados de Maputo (capítulo II); 2) Uma análise mais profunda em relação aos intervenientes do mercado, no que concerne à sua hierarquização, bem como as estratégias de intervenção e participação de lucros (capítulo III); e 3) Aos consumidores será dado um tratamento mais aprofundado, particularmente no que respeita ás mudanças mensais de consumo devido ás mudanças nos preços e as respectivas implicações na dieta/nutrição (capítulo VI). Os capítulos IV e V incluem, seguindo a mesma estrutura do SIMA, as informações sobre preços e os gráficos de preços semanais, respectivamente. No capítulo VII é apresentada a conclusão e pesquisa adicional.

O MINI-SIMA é um complemento que se destina a servir de modelo de apoio aqueles que precisam de informações de maior detalhe a nível de província. Começando por Maputo não significa minimizar a importância das outras províncias. Pelo contrário, trata-se de uma experiência piloto que visa encorajar as autoridades a acreditar que o sistema é funcional a esse nível e possível de se desenvolver, necessitando apenas de um despertar de interesse dessas autoridades.

1 Para informação mais detalhada sobre sistema de comércio informal de produtos alimentares básicos, ver MA/MSU Working Papers nº9 e 10.

II. DESCRIÇÃO DOS MERCADOS

O fenómeno de uma política de economia centralizada seguido da liberalização dos preços deu lugar à proliferação de mercados em Maputo sendo quase impossível neste momento inventariar o seu número e as suas funções. Porém, na pesquisa em curso o Projecto de Segurança Alimentar teve que seleccionar alguns mercados representativos baseando-se nas suas funções e estruturas. isto é tendo em conta a sua dimensão em termos de diversificação e volume de produtos bem como pelo espaço geográfico que cobre, associado à fonte de abastecimento e perfil dos consumidores que os frequentam. Face a esses aspectos optou-se pela recolha de dados nos seguintes mercados:

- Xipamanine/Bazuca
- Vulcano
- Componde
- Mucoriama
- Xiquelene
- Mafalala

A figura 1, da página seguinte, ilustra a localização destes mercados na cidade de Maputo e o quadro 1 ilustra a média de número de vendedores dos diversos produtos nesses mercados.

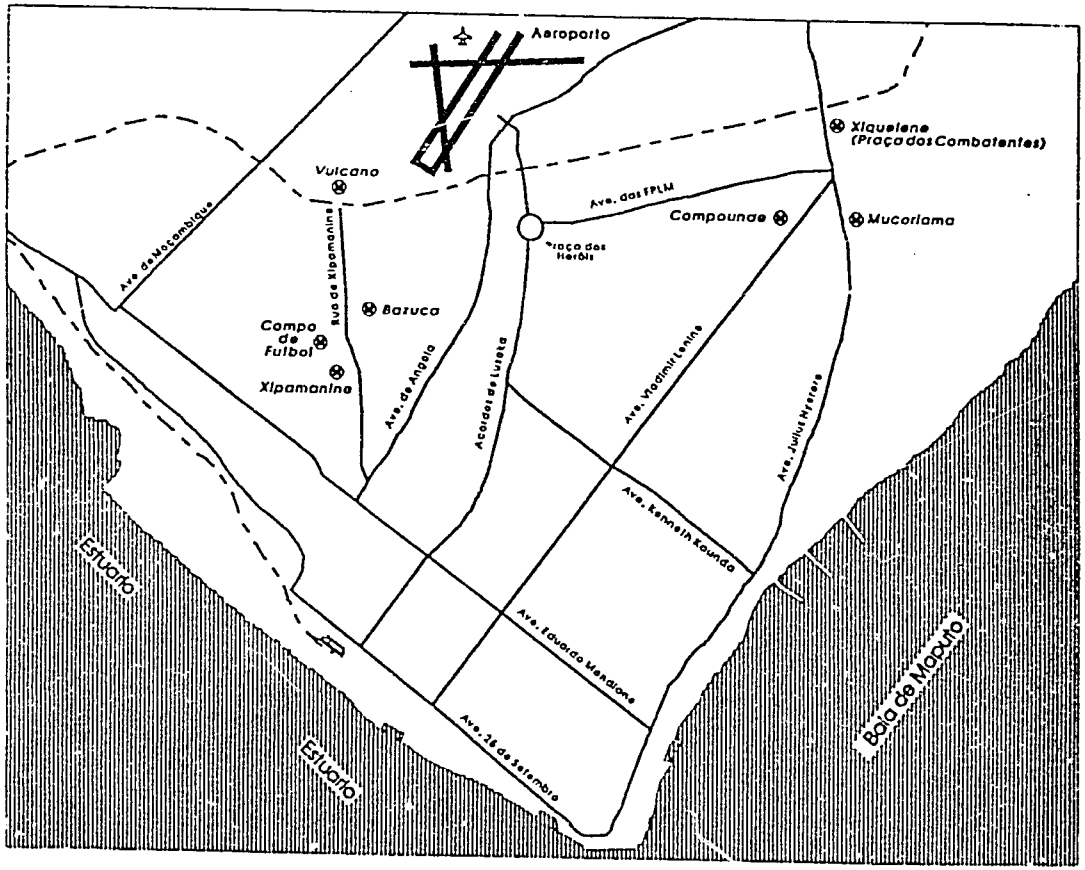
QUADRO 1: MÉDIA DE NÚMERO DE VENDEDORES RETALHISTAS NOS MERCADOS

PRODUTO (a)	MERCADO						
	XIPAMANINE	BAZUCA	MAFALALA	XIQUELENE	COMPONDE	VULCANO	MUCORIAMA
FMACF	18	13	15	5	25	9	18
FMASF	7	7	6	2	7	3	5
GMD/Moz	12	8	-	20	14	-	7
GMA	10	12	-	19	12	-	10
ACUCAR	25	17	13	9	34	10	17
ARROZ	29	26	14	8	28	15	20

Fonte: SIMA/Merquick, Abril de 1993.
(a): Ver abreviaturas no ponto 4.1. (capitulo IV)

2.1. Mercado de Xipamanine e Bazuca - São dois mercados integrados que evoluiram da própria dinâmica do comércio informal. Efectivamente, prior à liberalização dos preços existia no espaço geográfico referente a esses dois mercados apenas o mercado de Xipamanine. Ostentando estrutura de alvenaria, o Xipamanine é um mercado oficial, tendo funcionado com preços controlados e especializando-se principalmente na venda de hortícolas provenientes das zonas verdes. Gradualmente, a dinâmica comercial fez com que as hortícolas começassem a ceder algum espaço à venda de outros produtos nomeadamente produtos de primeira necessidade. Isso aconteceu num tal ritmo que o número de vendedores começou a exceder a capacidade de absorção do mercado. Como alternativa, as pessoas optaram por vender nas vizinhanças do Xipamanine, primeiro no chamado "Campo de Futebol" e posteriormente no Bazuca (antigo recinto da Rodoviária de Moçambique Sul-ROMOS). O Xipamanine de hoje reactivou-se de novo e está estruturalmente organizado para a venda a retalho. Este mercado tende a estar organizado em secções por tipo de produto, isto é, determinado produto, por exemplo a farinha de milho, é vendido numa zona específica. Um outro aspecto importante que caracteriza este mercado, é o facto de cada produto ter o preço de venda à vista, não se verificando grandes variações nos preços de uma vendedeira para outra referente a um mesmo produto.

Figura 1: Mapa Parcial da Cidade de Maputo, com a localização dos Principais Mercados



Quanto ao mercado Bazuca, dá-se conta de que inicialmente servia quase que exclusivamente consumidores pobres dos bairros periféricos que compravam em pequena quantidade mas com muita frequência. Porém, com o andar dos tempos, o mercado cresceu a ponto de se ter transformado no principal fornecedor dos outros mercados não só de Maputo, mas também das províncias de Gaza e Inhambane.

Por conseguinte, as funções destes dois mercados são tão distintas que se pode nitidamente caracterizar o Bazuca como sendo essencialmente um mercado de interligação directa entre o comércio a grosso e a retalho. Efectivamente, não raras vezes chegam camiões carregando toneladas de produtos, quer domésticos ou donativos e mesmo importados da África do Sul e Swazilândia. Esses produtos, que podem ou não pertencer a um único dono, são vendidos a diversos comerciantes retalhistas que funcionam dentro ou fora dos limites de Xipamanine e Bazuca.

O mercado de Xipamanine especializa-se nas vendas a retalho, com uma clara tendência para o aumento de comerciantes vendendo os seus produtos em latas. Este mercado parece ser bem organizado, prevalecendo uma certa disciplina, que pode ser constatada pela maneira como as bancas estão estruturadas e o respectivo funcionamento. Por exemplo, cada vendedeira tende a colocar um pau com um papel no produto indicando o preço de venda.

Entre o Bazuca e Xipamanine está proliferando um outro mercado retalhista (Campo de Futebol) frequentado normalmente por novas pessoas ou por comerciantes que foram forçados, por razões de grande competitividade, a transitar do Bazuca. Este mercado está assumindo o papel anteriormente do Bazuca que era de abastecer as populações vivendo nas periferias de Xipamanine, mas com fraco poder de compra, portanto cumprindo a missão de comércio de pobre para pobre.

2.2. Mercado de Xiquelene - De construção artesanal, este mercado apareceu no ano de 1987 num local de paragem dos transportes semi-colectivos de passageiros, na Praça dos Combatentes, sendo por isso um mercado com bastante movimento. Além de ter o mercado retalhista, também tem o mercado grossista com um certo peso de importância visto que este muitas vezes abastece o mercado Mucoriama que se situa muito próximo. Também abastece outros pequenos mercados que se encontram nas redondezas. A população frequentadora deste mercado é a mais vulnerável e é constituída praticamente por deslocados de guerra que se concentram junto ao mesmo. Por conseguinte, monitorizar este mercado poderá fornecer importantes informações sobre o peso das mudanças de preços no poder de compra dos elementos mais débeis da sociedade.

2.3. Mercado do Mucoriama - É de construção de alvenaria, de pequenas dimensões, apresentando as mesmas caracteristicas do mercado Xiquelene no que respeita ao movimento dos consumidores dada a proximidade dos dois mercados. Este mercado está mais virado para a venda a retalho, assumindo certa importância na zona. No entanto, não apresenta, em geral, vestígios ao nível de redistribuidor. Este mercado abastece pequenos bairros de deslocados que foram surgindo. Aliás não seria descabido dizer-se que a emergência deste mercado está directamente associada ao surgimento ou crescimento de populações deslocadas. Esse facto tem as suas implicações e pode fazer com que esse mercado venha reduzir a sua importância no período pós-guerra, partindo do presuposto que a população retornará às suas zonas de origem.

2.4. Mercado de Mafalala - A sua construção é artesanal, tendo iniciado a sua actividade nos anos 70 ou 71. Tem um movimento relativamente grande e vem servindo alguns bairros periféricos a nível retalhista, os quais são abastecidos a partir do mercado Bazuca. O mercado não tem redistribuidores. O mesmo é tipicamente representativo do comércio de pobre para pobre, caracterizado pela existência de um grande número de retalhistas comercializando pouco volume de produtos e ostentando maiores variações de medidas quando comparado com os outros mercados.

2.5. Mercado Vulcano - Situando-se próximo da linha férrea, na zona do Aeroporto, é também um mercado retalhista não tendo redistribuidores. Está vocacionado à venda de hortícolas não obstante aparecer também um significante número de vendedeiras de produtos básicos (milho, arroz e óleo). Os vendedores têm pouco poder de compra. Regista-se pouco afluxo de consumidores que muitas vezes preferem deslocar-se a outros mercados, como por exemplo o mercado do Xipamanine. A sua construção é artesanal.

2.6. Mercado do Componde - É um mercado de construção artesanal, não muito grande. Segundo informações colhidas, foi construído nos já distantes anos de 1967-68. É bastante concorrido, os consumidores são na sua maioria residentes dos bairros Costa do Sol, Hulene, Laulane, Malhotas e Polana Caniço. Aparecem algumas vezes redistribuidores neste mercado. No entanto, ao nível retalhista, existe um grande movimento no que se refere aos produtos de primeira necessidade, particularmente de produtos da Ajuda Alimentar. Este mercado situa-se nas proximidades do armazém do DPCCN.

III. CARACTERÍSTICAS DOS AGENTES ECONÓMICOS

É-nos impossível descrever com certo detalhe o perfil de todos agentes económicos em Maputo. Porém, por estratégia achamos por bem mencionar de uma forma muito sucinta os circuitos para a obtenção dos produtos básicos e concentrar no último nível de comercialização que é de contacto vendedor/consumidor. Isso tem a sua razão de ser, pois estamos a tentar analizar a situação sócio-económica dos consumidores mais pobres. Daí o motivo de priorizarmos a situação das vendedeiras em lata que, por um lado representam o grupo fornecedor do consumidor pobre e por outro lado elas *per si* também pertencem a esse extracto, pois são vítimas de desemprego ou quando muito sub-emprego ganhando um salário real baixíssimo e insuficiente para satisfazer o consumo básico de uma família.

A venda do arroz, açúcar, trigo, milho e as respectivas farinhas são as principais fontes de receitas para as vendedeiras do mercado. Ironicamente existe o mito de que essas vendedeiras conseguem lucros fabulosos, o que lhes permite ter uma vida folgada. Porém, uma simples análise demonstra que tal não é o facto. Para começar, esses comerciantes adquirem o produto no seu último nível de transacção, isto é, após ter passado pelas mãos de pelo menos dois e as vezes mais intervenientes (grossistas, comerciantes de factura e comerciantes de chão), tendo às vezes um certo lucro e em proporção superior ao obtido pelas vendedeiras de caneca. O circuito comercial para este grupo é rodeado de incertezas e altos riscos. Efectivamente os respectivos fornecimentos são feitos obedecendo essencialmente três circuitos ou fontes:

- Ajuda Alimentar;
- Importação directa da Africa do Sul e/ou Swazilândia;
- Produção local.

No primeiro caso, os produtos são distribuidos a um número pré-estipulado de consignatários, tratando-se de armazenistas com um certo peso económico e que no passado tenham sido conhecidos como fornecedores das populações em zonas geográficas específicas. Estes, para obterem o produto terão que cumprir com certos requisitos, de entre os quais licenciamento, disponibilidade do capital inicial ou pelo menos parte disso, e não estar em dívidas com a Banca e as Finanças.

Os armazenistas, por outro lado ao obterem os produtos, em princípio deverão fornecer aos comerciantes de determinadas zonas geográficas onde oficialmente operam. Porém, na prática tal não acontece, pois, as oportunidades de lucros são maiores usando circuitos informais. Daí a razão de se priorizar mais dois níveis de transação antes de se chegar a retalho. O primeiro, trata-se de um fenómeno relativamente recente, que é a emergência de individuos que sendo detentores de informações sobre as chegadas (data e quantidade), distribuição e preços, funcionam como intermediários entre os armazenistas e os comerciantes do chão. O grupo, conhecido já como comerciante de factura, opera com fraco investimento do capital, tirando vantagem essencialmente das informações e o bom relacionamento com os armazenistas que lhes dão facilidades no manejo de facturas (quotas) vendidas a cada comerciante do chão. O circuito ora descrito aplica-se mais aos casos de ajuda alimentar comercial, mas não há grandes variações mesmo nos casos de importações directas.

Os comerciantes de chão representam grupos de mulheres que se juntam e sobre a alçada de um líder tentam ter acesso ao produto quer por intermédio dos comerciantes de factura e em muitos casos directamente aos armazenistas. O funcionamento sobre o "chapéu" de um líder facilita na discussão dos preços e no maneio das mercadorias (particularmente minimização do custo de transporte) nas deslocações ao Bazuca onde o produto é normalmente vendido a sacos (1 a 4) aos retalhistas (comerciantes de lata).

A segunda fonte de fornecimento é garantida essencialmente por grupos de mulheres que se juntam e deslocam-se a Africa de Sul e/ou Swazilândia à procura de produtos que depois são trazidos em camiões alugados para Maputo e também vendidos no Bazuca aos retalhistas. O açúcar, as farinhas de milho e trigo, e o arroz são os principais produtos trazidos e torna-se impressionante ouvir da boca desses comerciantes em como a língua não é barreira na comercialização além fronteira com os países vizinhos, pois toda a transação é feita usando lingua étnica em vez da língua oficial de cada país.

De qualquer maneira em ambos os casos vê-se que as fontes de fornecimento para os comerciantes a retalho são incertas passando por diferentes níveis de transação e rodeado de altos riscos em termos de instabilidade nos preços, expondo assim o grupo a uma certa vulnerabilidade nas suas actividades comerciais.

De facto este grupo, ao contrário do que se pensa, é o menos previlegiado do sistema comercial, podendo-se citar os seguintes constrangimentos:

a. O produto é extremamente caro a esse nível porque passou por praticamente todos níveis de transacção;

b. O grupo não tem capital suficiente para aquisição de produto a tempo e hora. Compra pouca quantidade de cada vez e leva muito tempo para vender a quantidade comprada;

c. O sistema comercial é tão rígido que não permite que esse grupo fure e tenha acesso aos produtos ao nível primário de comercialização. Mesmo nos casos em que tem acesso, confrontam-se com falta de capital inicial para comprar grandes quantidades;

d. A desinformação sobre o sistema comercial é muito maior a esse nível;

e. Os preços tendem a estar estagnados ou levam muito tempo a responder a escassez do produto a esse nível devido ao perfil do consumidor (fraco poder de compra);

f. Estes comerciantes têm menos possibilidade de manipular as medidas como forma de contrabalançar as variações do preço.

A par de todos esses factores as vendedeiras de caneca são as mais acusadas pelo encarecimento dos produtos, apesar de em muitos casos funcionarem a um nível deficitário ou com um lucro bastante baixo.

O quadro 2 ilustra os rendimentos por saco obtidos com a venda de farinha de milho amarelo, açucar e arroz. Na maior parte das vezes o lucro, por saco de 50 Kg, oscila entre 2 425 Meticais na farinha de milho amarelo com farelo (FMACF) a 5 000 no açúcar amarelo.

QUADRO 2: RENDIMENTOS MÉDIOS POR SACO VENDIDO (em Meticais)

ITEMS	PRODUTOS		
	FMACF	ARROZ CORRENTE	ACUCAR AMARELO
1. Preço/Saco	18 639	58 313	106 500
2. Receita/Saco	23 100	62 280	112 000
# de Latas	77	60	80
Preço/Lata	300	1 038	1 400
3. Lucro Bruto/Saco	4 461	3 967	5 500
4. Despesa Total/Saco	2 036	569	500
Transporte	536	569	500
Moagem	1 500	-	-
5. Lucro Líquido/Saco	2 425	2 778	5 000

Fonte: Ficha de Controle de Custos e Rendimentos, Outubro/92 a Janeiro/1993.

Paralelamente a isso nota-se que em média uma mulher leva dois (FMACF e Arroz) a três (Açúcar) dias para vender um saco. Isso tem as suas implicações porque, primeiro existe a tendência para a especialização na venda, isto é, geralmente uma vendedeira não vende farinha e açúcar ou arroz ao mesmo tempo. Isto deve-se ao facto de ter um fraco poder de compra e de querer realizar o capital empatado o mais rápido possível. Segundo, a venda do produto é, em alguns casos, a única actividade economica da vendedeira, e por conseguinte, a principal fonte de rendimento da familia. Graham (1991:35) reporta 57.89% dos agregados liderados por mulheres, como tendo estas como o único adulto economicamente activo. Em contraste, apenas 24.91% dos agregados chefiados por homens tinham um unico adulto economicamente activo.

Por conseguinte, partindo do pressuposto acima avançado pode-se afirmar que em média uma vendedeira vende cerca de 15 sacos mensalmente, assumindo que frequente o mercado numa base diária e sem interrupção durante o mês. Se assim fôr também podemos estimar o rendimento líquido mensal proveniente desta actividade económica resulta em 36 375 meticais na FMACF, 41 670 Meticais no Arroz e 50 000 Meticais no Açúcar.

IV. INFORMAÇÕES REFERENTES A PREÇOS E OFERTA

Nesta secção abordaremos alguns aspectos relacionados com os preços e ofertas de produtos nos mercados da cidade de Maputo sujeitos à recolha de dados, os quais irão espelhar a situação vivida no referido local durante o mês Janeiro de 1993.

No quadro 6 pode-se ver que o Grão de Milho Branco Nacional é o produto que registou maiores aumentos no preço (41% no Xiquelene e 21% no Xipamanine). Em contrapartida no quadro 7, os Amendoins Grande e Pequeno aparecem como produtos que maiores decréscimos sofreram, 34% no Xipamanine e 16% na Mafalala respectivamente.

O mercado Bazuca tem funcionado como principal fornecedor de produtos a outros mercados. Derivado desta situação, os preços nos restantes mercados tendem a ser um pouco mais altos em relação aos praticados no xipamanine/Bazuca, exactamente para reflectirem os custos inerentes ao transporte e outros custos bem como a margem de lucro do próprio vendedor. O quadro 12-Preços do Milho e Derivados e o quadro 13-Preços de Outros Produtos, podem muito bem testemunhar esta situação.

No final do mês de Janeiro, com a chegada de ajuda alimentar comercial, alguns vendedores dos mercados começaram a dirigir-se pessoalmente aos armazéns para adquirir produtos para a revenda. Este facto, provalvemente poderá vir a provocar uma queda nos preços dos produtos ou pelo menos uma pequena variação no preço.

A ocorrência bastante frequente do Grão de Milho Amarelo (GMA) e das Farinhas de Milho Amarelo com/sem Farelo Nacional, eclipsou os fornecimentos ainda que irregulares do Grão de Milho Branco e seus derivados provenientes dos países vizinhos (Swazilândia, África do Sul e Zimbabwe). De facto, faz já algum tempo que estes produtos desapareceram dos mercados. No caso do Grão de Milho Branco Nacional e da Farinha de Milho Branco Pilada, neste mês de Janeiro ainda registam um preço elevado, derivado do esforço dispendido na sua confecção aliada à preferência dos consumidores em relação a este produto.

A Farinha de Mandioca é um produto que não tem ocorrido na cidade de Maputo devido aos hábitos alimentares da grande maioria da sua população residente.

A nível das lojas, no grupo do Milho e Derivados, apenas o Grão de Milho Amarelo e a Farinha de Milho Amarelo sem Farelo apareceram a venda. Enquanto, isto, no grupo de Outros Produtos, não se registou a ocorrência Farinha de Mandioca, Farinha de Trigo, Arroz Trinca e Extra, Açúcar branco e Amendoim Grande e Pequeno.

No geral, os preços nos diferentes mercados estudados da cidade de Maputo, não se registam grandes variações nos preços. As variações de preços entre os mercados de Maputo são menos acentuadas quando comparadas com situações interprovinciais (as quais podem ser seguidas através do Boletim Mensal do SIMA Nacional).

4.1. GUIÃO DAS ABREVIATURAS DE PRODUTOS

MILHO BRANCO E DERIVADOS

GMB/MOZ	Grão de milho branco de produção nacional
GMB/DOADO	Grão de milho branco doado(vindo de exterior)
GMB/IMP	Grão de milho branco importado comercialmente (geralmente de Suazilândia e/ou Zimbabwe)
FMBSF/IMP	Farinha de milho branco sem farelo importado (geralmente de Suazilândia e/ou Zimbabwe). Esta é importação já em forma de farinha
FMBSF/NAC	Farinha de milho branco sem farelo processado em Moçambique. Este produto é produzido principalmente nos pequenos moinhos industriais das cidades
FMBSF/PILADO	Farinha de milho branco sem farelo, pilado. O farelo é extraído do grão usando o pilão e à mão, e depois levado a uma moagem artesanal
FMBCF	Farinha de milho branco com farelo. O grão é levado directamente a um moinho artesanal após ter sido limpo.

MILHO AMARELO E DERIVADOS

GMA	Grão de milho amarelo. Este produto representa predominantemente donativos(ajuda alimentar) do exterior
FMASF/IMP	Farinha de milho amarelo sem farelo importado (geralmente de Suazilandia e/ou Zimbabwe). Este produto é importado como farinha
FMASF/TIX	Um tipo especial de farinha de milho amarelo sem farelo, produzido no CIM, geralmente para produção de cerveja. Tem uma textura mais grossa e uma cor mais brilhante do que a farinha normal
FMASF/NAC	Farinha de milho amarelo sem farelo processado em Moçambique. E produzido principalmente nos moinhos industriais das cidades, usando do milho amarelo proveniente da ajuda alimentar
FMASF/PILADO	Farinha de milho amarelo sem farelo, pilado. O processamento deste produto é semelhante ao da FMBSF/PILADO. No entanto não é muito comum nos mercados
FMACF	Farinha de milho amarelo com farelo. Tal como a branca, o processamento do grão é feito directamente nos moinhos artesanais podendo ser lavado ou não antes da moagem. Este produto costuma ser o alimento mais barato do mercado

OUTROS PRODUTOS

FTRIG/NAC	Farinha de trigo, processado em Moçambique a partir do grao importado
FTRIG/IMP	Farinha de trigo importado como farinha
FEIJ. NHEMBA	Feijão nhemba
FEIJ. MANT.	Feijão manteiga encarnado
ARROZ CORRENTE	Arroz de qualidade intermédia, pouco partido
AÇÚCAR AMAR.	Açúcar amarelo, geralmente importado
AÇÚCAR BRAN.	Açúcar branco, geralmente importado
OLEO ALG/AVULSO	Oleo produzido em Moçambique do semente de algodão, e vendido "avulso" (sem marca)
OLEO IMP/AVULSO	Oleo importado (geralmente ôleo de soja) e vendido avulso
AMEND. PEQ.	Amendoim pequeno de produção Moçambicana produzido principalmente no sul do país
AMEND. GRANDE	Amendoim grande de produção Moçambicana, produzido principalmente em Nampula, e zona norte em geral

4.2. INFORMAÇÃO COMPLETA DE PREÇOS EM MERCADOS

QUADRO 3: PREÇOS DE MILHO E DERIVADOS, EM MERCADOS, JANEIRO/1993

MERCADO	PRODUTOS				
	GMB/MOZ	FMBSF/PIL	GMA	FMASF/NAC	FMACF
XIPAMANINE	1865	2326	523	694	528
MAFALALA	.	2196	537	699	494
VULCANO	.	.	537	702	533
COMPONDE	1681	.	537	706	528
MUCORIAMA	1860	2196	511	699	523
XIQUELENE	1900	2196	529	697	530

NOTA: 1) Os mercados que que reportaram, o "." indica que não existia o produto no mercado.
2) Os preços são dados em MT/Kg.

QUADRO 4: MUDANÇA ABSOLUTA DOS PREÇOS DE MILHO E DERIVADOS EM MERCADOS, DEZEMBRO/1992-JANEIRO/1993

MERCADO	PRODUTOS				
	GMB/MOZ	FMBSF/PIL	GMA	FMASF/NAC	FMACF
XIPAMANINE	319	.	-15	-5	5
MAFALALA	.	97	-1	5	-34
VULCANO	.	.	-3	.	7
COMPONDE	26	.	1	.	5
MUCORIAMA	131	129	9	-2	-3
XIQUELENE	555	.	-7	.	4
MUDANÇA MÉDIA	258	75	-3	-1	-3

NOTA: 1) Os mercados que reportaram, o "." indica que não existia o produto no mercado num dos meses de referência.
2) As mudanças são dados em MT/Kg.

QUADRO 5: PREÇOS DE OUTROS PRODUTOS EM MERCADOS, JANEIRO/1993

MERCADO	PRODUTOS								
	FTRIG /NAC	FTRIG /IMP	FEIJÃO NHEMBA	FEIJÃO /MANT	ARROZ CORRENTE	AÇUCAR AMARELO	OLEO IMP /AVULSO	AMENDOIM PEQUENO	AMENDOIM GRANDE
XIPAMANINE	1391	1460	1564	1374	1409	2026	3800	3665	2351
MAFALALA	.	1474	1608	1362	1477	2014	3800	3157	2363
VULCANO	.	1468	1509	1341	1389	1898	3733	3724	.
COMPONDE	.	1465	1574	1368	1528	2031	3727	3725	3386
MUCORIAMA	.	1465	1612	1435	1438	1974	4100	3701	.
XIQUELENE	.	1464	1647	1346	1423	1994	3767	3676	3648

NOTA: 1) Os mercados que reportaram, o "." indica que não existia o produto no mercado.
2) Os preços são dados em MT/Kg, com excepção dos preços dos óleos que são em Mt/Litro.

QUADRO 6: MUDANÇA ABSOLUTA DOS PREÇOS DE OUTROS PRODUTOS EM MERCADOS, DEZEMBRO/1992-JANEIRO/1993

MERCADO	PRODUTOS								
	FTRIG /NAC	FTRIG /IMP	FEIJÃO NHEMBA	FEIJÃO /MANT	ARROZ CORRENTE	AÇUCAR AMARELO	OLEO IMP /AVULSO	AMENDOIM PEQUENO	AMENDOIM GRANDE
XIPAMANINE	.	-23	-17	-56	-7	-140	300	50	-1233
MAFALALA	.	-40	31	-134	11	319	-256	-586	.
VULCANO	.	-21	-46	-54	-71	-210	233	89	.
COMPONDE	.	-24	-3	5	29	-44	160	64	.
MUCORIAMA	.	-19	-15	-5	-85	-17	211	-92	.
XIQUELENE	.	-24	92	-30	-14	65	17	99	.
MUDANCA MEDIA		-25	7	-46	-23	-4	111	-63	-1233

NOTA: 1) Os mercados que reportaram, o "." indica que não existia o produto no mercado num dos meses de referência.
2) As mudanças são dados em MT/Kg, com excepção dos preços dos óleos que são em Mt/Litro.

QUADRO 7: MAIORES AUMENTOS DE PREÇOS AOS CONSUMIDORES EM MERCADOS

O GRÃO DE MILHO BRANCO NACIONAL subiu 41% (de 1345 a 1900) no Xiquelene
O GRÃO DE MILHO BRANCO NACIONAL subiu 21% (de 1546 a 1865)no Xipamanine
AÇÚCAR AMARELO subiu 19% (de 1695 a 2014) na Mafalala
ÓLEO AVULSO IMPORTADO subiu 9% (de 3500 a 3800) na Xipamanine
O GRÃO DE MILHO BRANCO NACIONAL subiu 8% (de 1729 a 1860)no Mucoriama
ÓLEO AVULSO IMPORTADO subiu 7% (de 3500 a 3733) na Vulcano
A FARINHA MILHO BRANCO S/F PILADO subiu 6% (de 2067 a 2196) no Mucoriama
O FEIJÃO NHEMBA subiu 6% (de 1555 a 1647) no Xiquelene
O ÓLEO IMPORTADO AVULSO subiu 5% (de 3889 a 4100) no Mucoriama
A FARINHA MILHO BRANCO S/F PILADO subiu 5% (de 2099 a 2196) na Mafalala
O ÓLEO IMPORTADO AVULSO subiu 4% (de 3567 a 3727) no Componde
O AÇÚCAR AMARELO subiu 3% (de 1928 a 1994) no Xiquelene

OBSERVAÇOES: Todos os preços em Meticais/Kg, excepto os Óleos que estão em Meticais/Litro.

QUADRO 8: MAIORES DECRÉSCIMOS DE PREÇOS AOS CONSUMIDORES EM MERCADOS

O AMENDOIM GRANDE baixou 34% (de 3583 a 2351) no Xipamanine
O AMENDOIM PEQUENO baixou 16% (de 3744 a 3157) na Mafalala
O AÇUCAR AMARELO baixou 10% (de 2108 a 1898) no Vulcano
O FEIJÃO MANTEIGA NACIONAL baixou 9% (de 1496 a 1362) na Mafalala
A FMACF baixou 6% (de 528 a 494) na Mafalala
O AÇUCAR AMARELO baixou 6% (de 2165 a 2026) no Xipamanine
O ÓLEO IMPORTADO AVULSO baixou 6% (de 4056 a 3800) na Mafalala
O ARROZ CORRENTE baixou 6% (de 1523 a 1438) no Mucoriama
O ARROZ CORRENTE baixou 5% (de 1461 a 1389) no Vulcano
O FEIJÃO MANTEIGA NACIONAL baixou 4% (de 1430 a 1379) no Xipamanine
O FEIJÃO MANTEIGA NACIONAL baixou 4% (de 1395 a 1341) no Vulcano
O FEIJÃO NHEMBA baixou 3% (de 1555 a 1509) no Vulcano

OBSERVAÇOES: Todos os preços em Meticais/Kg, excepto oos Óleos que estão em Meticais/Litro.

QUADRO 9: PREÇOS EXTREMOS AOS CONSUMIDORES EM MERCADOS

PRODUTOS	PREÇOS MAIS ALTOS	PREÇOS MAIS BAIXOS
GMB	Xipamanine(1865), Xiquelene (1900)	Componde (1681)
FMBSF/PIL	Xipamanine (2325)	Vulcano (1292)
GMA	Componde (537) e Xiquelene (529)	Mucoriama (511)
FMASF/NAC	Componde (706) e Vucano (702)	Xipamanine (694)
FMACF	Vulcano (533) e Xiquelene (530)	Mafalala (494)
FTRIG/IMP	Mafalala (1474) e Vulcano (1468)	Xipamanine (1460)
FEIJ.NHEMBA	Xiquelene (1647)	Vulcano (1509)
FEIJ.MANT/NAC	Mucoriama (1435)	Vulcano (1341)
ARROZ CORR.	Componde (1528)	Vulcano (1389)
AÇÚCAR AMAR.	Componde (2031)	Vulcano (1898)
ÓLEO AVUL/NAC	Mucoriama (4100)	Componde (3727)
AMENDOIM PEQ.	Componde (3725)	Mafalala (3157)
AMENDOIM GRANDE	Xiquelene (3648)	Xipamanine (2351)

OBSERVAÇOES: Todos os preços em Meticais/Kg, excepto os Óleos que estão em Meticais/Litro.

3.3. RESUMO DA OFERTA AOS CONSUMIDORES EM MERCADOS

QUADRO 10: PRODUTOS QUE DESAPARECERAM DO MERCADO

Os produtos que deixaram de existir na maioria das semanas do mes de Janeiro de 1993 nos mercados indicados. No entanto, estes produtos existiam nesses mesmos mercados na maioria das semanas do mês de Dezembro de 1992.

A Farinha de Milho Branco sem Farelo desapareceu do Mercado do Componde.
O Açúcar Branco desapareceu do Mercado do Xipamanine.

QUADRO 11: PRODUTOS QUE APARECERAM NO MERCADO

Os produtos que começaram a existir na maioria das semanas do mês de Janeiro nos mercados indicados. No entanto, estes produtos não existiam nesses mesmos mercados na maioria das semanas do mês de Dezembro de 1992.

Farinha de Milho Branco Sem Farelo Pilado no Vulcano e Xiquelene
Farinha de Milho Amarelo Sem Farelo Nacional no Componde e Xiquelene
Farinha de Trigo Nacional no Xipamanine
Amendoim Grande na Mafalala, Componde e Xiquelene

QUADRO 12. PRODUTOS QUE CONTINUARAM A NAO EXISTIR NO MERCADO

Os produtos que não se encontravam nos mercados indicados durante a maioria das semanas de Dezembro de 1992, e mantiveram a mesma situação durante Janeiro de 1993.

GMB na Mafalala e Vulcano
GMB/DOADO em todos mercados
GMB/IMPORTADO em todos mercados
FMBSF/IMP em todos mercados
FMBSF/NACIONAL em todos mercados
FMBCF em todos mercados
FMASF/IMPORT em todos mercados
FMASF/TIXOTA em todos mercados
FMASF/PILADO em todos mercados
FARINHA DE MANDIOCA em todos mercados
FTRIGO/NAC em todos mercados à excepção do Xipamanine
ARROZ TRINCA em todos mercados
ARROZ EXTRA em todos mercados
AÇÚCAR BRANCO em todos mercados excepto no Xipamanine
ÓLEO AVUL/NAC em todos mercados
AMENDOIM GRANDE no Vulcano e Mucoriama

4.3. INFORMAÇÃO COMPLETA DE OFERTA A NÍVEL DE MERCADO

QUADRO 13: OFERTA DE MILHO E DERIVADOS EM MERCADOS, JANEIRO/1993

NIVEL E MERCADO	PRODUTOS													sem informação
	GMB/MOZ	GMB/DOADO	GMB/IMP	FMBSF/SUAZ	FMBSF/NAC	FMBSF/PIL	FMBCF	GMA	FMASF/SUAZ	FMASF/TIX	FMASF/NAC	FMASF/PIL	FMACF	.
MERCADO														
XIPAMANINE	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	2	4	2	.
MAFALALA	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	.
VULCANO	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	.
COMPONDE	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	.
MUCORIAMA	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	.
XIQUELENE	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	.

NOTA: 1=muito; 2=regular; 3=pouco; 4=nao existe.

QUADRO 14: OFERTA DE OUTROS PRODUTOS EM MERCADOS, JANEIRO/1993

NIVEL E MERCADO	PRODUTOS														sem informação
	FMAND	FTRIG/NAC	FTRIG/IMP	FEIJ. NHEMBA	FEIJ. MANT. ENC.	ARROZ TRINCA	ARROZ CORR	ARROZ EXTRA	ACUCAR AMAR	ACUCAR BRANCO	OLEO ALG/AVUL	OLEO IMP/AVUL	AMEND. PEQ.	AMEN. GRANDE	.
MERCADO															
XIPAMANINE	4	3	2	2	3	4	2	4	2	4	4	2	3	3	.
MAFALALA	4	4	2	2	3	4	2	4	2	4	4	2	3	3	.
VULCANO	4	4	2	2	3	4	2	4	2	4	4	2	3	4	.
COMPONDE	4	4	2	2	3	4	2	4	2	4	4	2	3	3	.
MUCORIAMA	4	4	2	2	3	4	2	4	2	4	4	2	3	4	.
XIQUELENE	4	4	2	2	3	4	2	4	2	4	4	2	3	4	.

NOTA: 1=muito; 2=regular; 3=pouco; 4=não existe.

4.4. INFORMAÇÃO COMPLETA DE PREÇOS A NÍVEL DE LOJAS

QUADRO 15: PREÇOS DE MILHO E DERIVADOS EM LOJAS, JANEIRO/1993

NIVEL E MERCADO	PRODUTOS											sem informação
	GMB/MOZ	GMB/DOADO	GMB/IMP	FMBSF/SUAZ	FMBSF/NAC	FMBCF	GMA	FMASF/SUAZ	FMASF/TIX	FMASF/NAC	FMACF	
LOJA												
XIPAMANINE	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	999
MAFALALA	.	.	.	.	.	.	500	.	.	720	.	.
VULCANO	.	.	.	.	.	.	.	.	.	700	.	.
COMPONDE	.	.	.	.	.	.	.	.	.	725	.	.
MUCORIAMA	.	.	.	.	.	.	.	.	.	725	.	.
XIQUELENE	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	999

NOTA: 1) Os mercados que não reportaram informação indicam-se com "999" na coluna "sem informação". Nos mercados que reportaram, o "." indica que não existia o produto no mercado.
2) Os preços são dados em Mt/Kg.

QUADRO 16: PREÇOS DE OUTROS PRODUTOS EM LOJAS, JANEIRO/1993

NIVEL E MERCADO	PRODUTOS														sem informação
	FHAND	FTRIG/NAC	FTRIG/IMP	FEIJ. NHEMBA	FEIJ. MANT. ENC.	ARROZ TRINCA	ARROZ CORR	ARROZ EXTRA	ACUCAR AMAR	ACUCAR BRANCO	OLEO ALG/AVUL	OLEO IMP/AVUL	AMEND. PEQ.	AMEN. GRANDE	
LOJA															
XIPAMANINE	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	999
MAFALALA	.	.	.	1850	1433	.	1507	.	2193	.	.	4367	.	.	
VULCANO	.	.	.	1814	2050	.	1590	.	2070	.	.	4450	.	.	
COMPONDE	.	.	.	1813	1925	.	1520	.	2080	.	.	4300	.	.	
MUCORIAMA	.	.	.	1683	1525	.	1483	.	2000	.	.	4217	.	.	
XIQUELENE	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	999

NOTA: 1) Os mercados que nao reportaram informação indicam-se com "999" na coluna "sem informação". Nos mercados que reportaram, o "." indica que nao existia o produto no mercado.
2) Os preços são dados em MT/Kg.

4.5. INFORMAÇÃO COMPLETA DE PREÇOS A NÍVEL ARMAZENISTA

QUADRO 17: PREÇOS DE MILHO E DERIVADOSA A NIVEL ARMAZENISTA, JANEIRO/1993

NIVEL E MERCADO	PRODUTOS											sem informação
	GMB/MOZ	GMB/DOADO	GMB/IMP	FMBSF/SUAZ	FMBSF/NAC	FMBCF	GMA	FMASF/SUAZ	FMASF/TIX	FMASF/NAC	FMACF	
ARMAZENISTA												
XIPAMANINE	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	999
MAFALALA	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	999
VULCANO	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	999
COMPONDE	1015	.	.	.	.	.	368	.	.	.	.	.
MUCORIAMA	.	.	.	.	.	.	376	.	.	.	.	.
XIQUELENE	987	.	.	.	.	.	361	.	.	.	.	.

QUADRO 18: PREÇOS DE OUTROS PRODUTOS A NIVEL ARMAZENISTA, JANEIRO/1993

NIVEL E MERCADO	PRODUTOS														sem informação
	FMAND	FTRIG/NAC	FTRIG/IMP	FEIJ. NHEMBA	FEIJ. MANT. ENC.	ARROZ TRINCA	ARROZ CORR	ARROZ EXTRA	ACUCAR AMAR	ACUCAR BRANCO	OLEO ALG/AVUL	OLEO IMP/AVUL	AMEND. PEQ.	AMEN. GRANDE	
ARMAZENISTA															
XIPAMANINE	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	999
MAFALALA	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	999
VULCANO	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	999
COMPONDE	.	.	.	.	.	.	1208	.	.	.	.	.	.	.	.
MUCORIAMA	.	.	.	.	.	.	1200	.	.	.	.	.	.	.	.
XIQUELENE	.	.	.	.	.	.	1191	.	.	.	.	.	.	.	.

NOTA: 1) Os mercados que não reportaram informação indicam-se com "999" na coluna "sem informação". Nos mercados que reportaram, o "." indica que não existia o produto no mercado.
2) Os preços são dados em MT/Kg.

V. GRÁFICOS DE PREÇOS SEMANAIS NOS ÚLTIMOS DOIS MESES

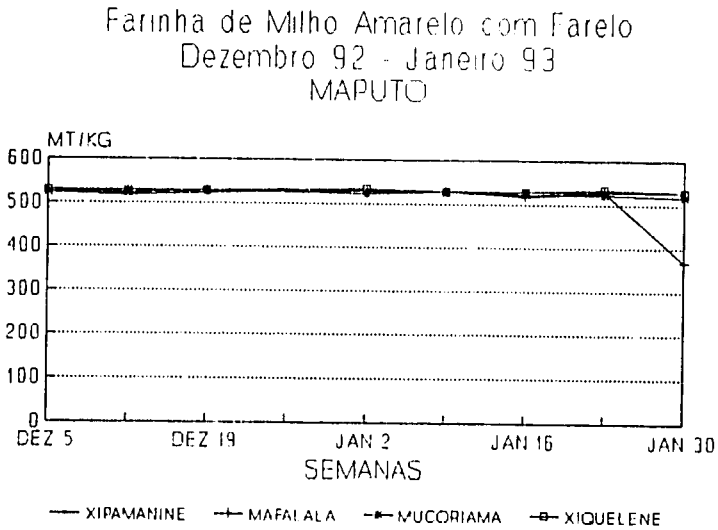


GRAFICO 1

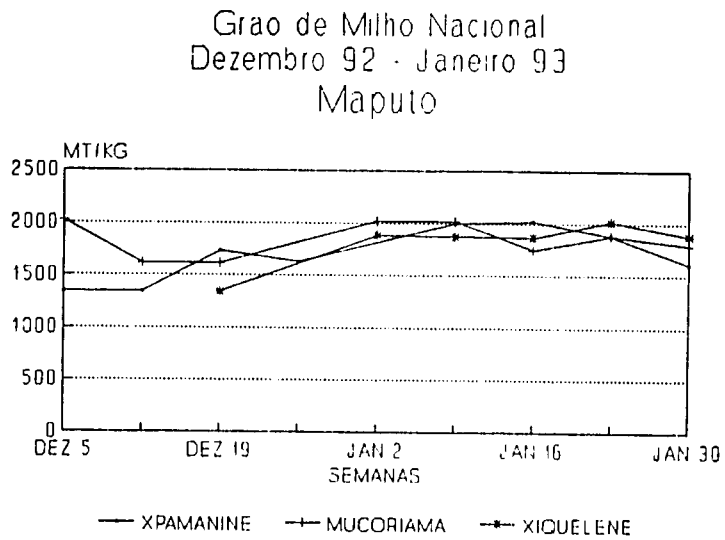
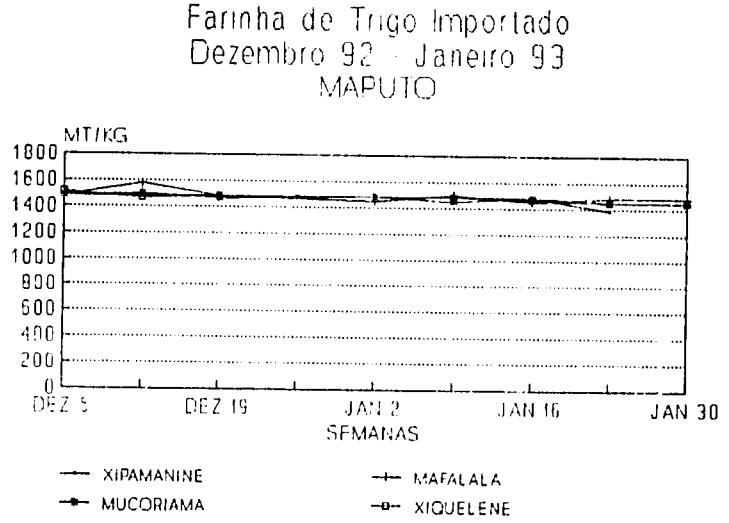
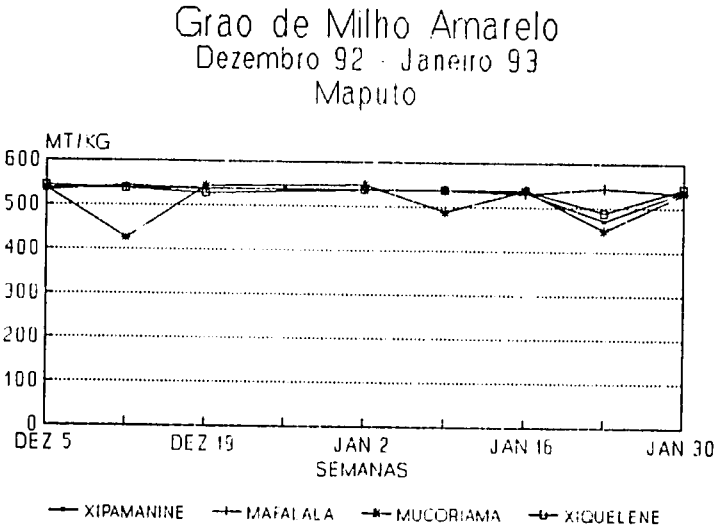


Grafico 2



Gralico 3



Gralico 4

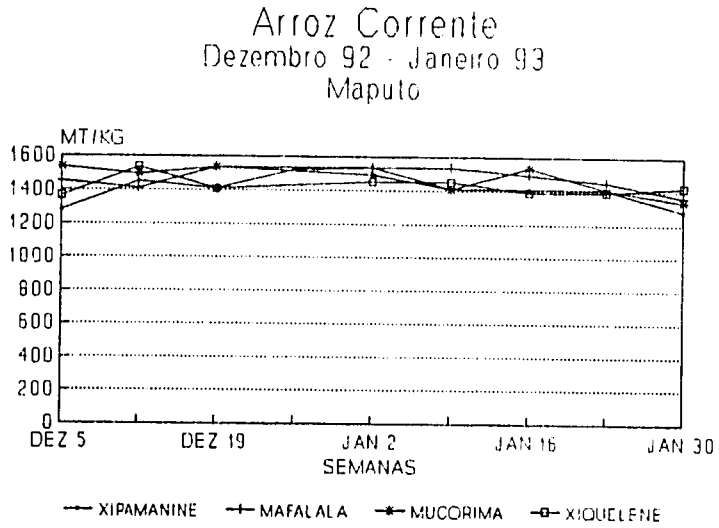


Grafico 5

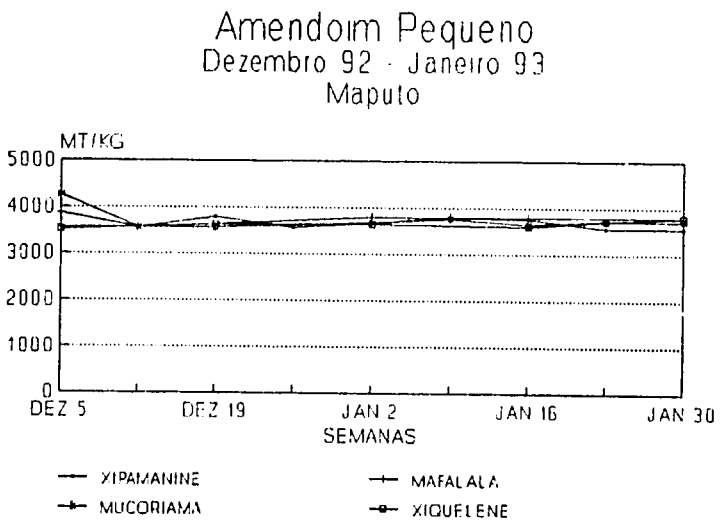


Grafico 6

VI. MUDANÇAS DE PREÇOS E IMPLICAÇÕES NO CONSUMO

Após termos apresentado a descrição dos mercados, uma análise sobre as caracteristicas dos agentes económicos, e a informação sobre os preços, passamos a apresentar uma análise sobre o impacto de variações de preço no consumo e nível nutricional das familias na Cidade de Maputo. Assumimos as caracteristicas dos agentes economicos descritas na secção anterior, e temos sempre em vista a última fase da transacção entre vendedor retalhista e consumidor final.

6.1. CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

6.1.1. DETERMINAÇÃO DO NÍVEL DE CONSUMO E CALORIAS

O nível de consumo de um produto especifico pela familia é determinado por :

1) Nível de rendimento nominal da família;
2) Preço a retalho do produto;
3) Proporção de rendimento alocado ao consumo desse produto (Budget Shares).

O nível de consumo de calorias, por sua vez, é determinado por :

1) O nível de consumo do produto;
2) A contribuição em termos de calorias por Kg do produto.

Para simplificação, optou-se por agregar alguns dos produtos e assumir médias ponderadas[2], tanto para a determinação dos preços como para a contribuição calorifica dos produtos.

6.1.2. ALGUMAS HIPÓTESES DE PARTIDA

Convém, antes de passar à apresentação dos resultados deste capítulo, rever as principais hipóteses assumidas.

a. Tamanho e Composição da Família Tipica

A hipótese sobre o tamanho e composição da família, tomou como base estudos recentes realizados na Cidade de Maputo[3]. O *Peri-Urban Baseline Research*, reportou 7.13 membros para familias chefiadas por mulheres e 8.9 membros para as chefiadas por homens (Graham et al.,1991:37). Num inquérito aos vendedores de produtos alimentares na zona peri-urbana de Maputo, Little encontrou 6.7 membros no quartil[4] de menor rendimento e 8 membros no de maior nivel de rendimento (Little et al., 1992:8).
Assume-se para o presente estudo, que a família típica é constituida por 7 pessoas.

---

[2] A média ponderada é usada para considerar o peso diferenciado de diferentes produtos dentro do cabaz. Os pesos são chamados ponderadores. Neste caso os ponderadores são os Budget Shares (proporção do rendimento alocado ao produto).

[3] Ver Peri-Urban Baseline Research, Graham et al. 1991:37; e Petty Trade and Household Strategies: A Case Study of Food and Vegetable Traders in the Peri-Urban Areas of Maputo, Little et al., 1992:8)

[4] O termo quartil refere-se a 1/4 de uma amostra estratificada em quatro grupos de igual número de pessoas. Quando a amostra é dividida em 5 grupos, como no estudo da DSA/CFNPP, cada um é designado por quintil. Tais grupos são ordenados tendo-se em conta uma variável. No estudo da DSA/CFNPP escolheu-se o nivel de despesas per capita das familias.

b. Padrão de Rendimentos

Para a derivação do padrão de rendimento, assume-se que em cada agregado familiar existe mais do que uma pessoa auferindo rendimento (Graham 1991:35). O rendimento mensal médio ponderado, apurado a partir dos rendimentos médios de familias separadas por sexo do chefe do agregado (ponderadas pela proporção de cada um dos grupos no total) era de 114 230 Meticais.

Assumindo-se a taxa de crescimento do salário minimo, como proxy[5], chega-se a um rendimento actual de 154 211 Meticais por Familia.

c. Alocação de Rendimento

Assume-se que a família típica aloca o seu rendimento ao consumo corrente de produtos alimentares e não alimentares. Do conjunto de produtos alimentares foram seleccionados para o cabaz típico de compra, os grãos e farinhas de milho, branco e amarelo, arroz corrente, feijão, amendoim, óleo, açucar, e outros produtos alimentares, como as raízes e tubérculos mais comuns, carne, peixe, e vegetais e frutas.

A percentagem de alocação de renda a cada produto ou agregados de produtos[6] (Budget Shares) é extraida dos resultados preliminares do inquérito do FSD/CFNPP - Tabela 10 - Budget Shares by Per Capita Expenditure Quintiles, 1991/1992 (Sahan et al.). Tomamos para análise os Budget Shares do quintil de menor rendimento.

Mais detalhes sobre a alocação de rendimentos entre os diferentes produtos, bem como informação relativa ao conteúdo calorifico dos produtos, podem ser vistos no anexo.

d. Variação de Preços entre Dois Periodos

O nível geral de variação dos preços entre dois periodos foi assumido como a média ponderada das variações de preços dos produtos, tendo os Budget Shares como ponderadores.

Para efeitos da apresentação desta secção, assumiremos os preços e a variação dos preços média do conjunto de Mercados de Maputo;

6.2. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As tabelas seguintes resumem os resultados da análise efectuada, assumindo todas as hipóteses acima apresentadas e os preços de Dezembro de 1992 e Janeiro de 1993.

---

[5] Variável assumida como a alternativa razoável a uma outra variável.

[6] Alguns produtos foram agregados. São os casos das farinhas e grãos de milho, o feijão e o amendoim, etc. Para mais detalhes, ver anexo.

QUADRO 19: MUDANÇA DE PREÇOS E IMPLICAÇÕES NO CONSUMO

PRODUTO	ESTRUTURA DAS DESPESAS (%)	PREÇOS (Meticais/Kg)			CONSUMO (Kg)		
		DEZEMBRO	JANEIRO	VARIAÇÃO	DEZEMBRO	JANEIRO	VARIAÇÃO
GMA & FMACF	15.11%	528	525	-3	44.11	44.36	0.57%
GMB/MOZ & FMB	3.06%	1 790	1 979	189	2.64	2.38	-9.53%
ARROZ CORRENTE	7.63%	1 467	1 444	-23	8.02	8.15	1.59%
FEIJÃO & AMENDOIM	5.36%	2 625	2 597	-28	3.15	3.18	1.08%
OLEO AVULSO	2.20%	3 710	3 821	111	0.91	0.89	-2.90%
AÇUCAR AMARELO	4.83%	1 994	1 990	-4	3.74	3.74	0.20%
OUTROS ALIMENTOS	31.84%	5 949	5 949	0	8.25	8.25	-
NAC ALIMENTARES	29.97%	-	-	-	-	-	-
TOTAL/MÉDIA PONDERADA	100.00%	3 512	3 518	6	-	-	-0.11%

Nota: Consumo em Kg e preços em Meticais/Kg, excepto o óleo que está em Litros e Meticais/Litro.

QUADRO 20: IMPACTO NUTRICIONAL DAS VARIAÇÕES DE PREÇOS

PRODUTO	CALORIAS/Kg	CALORIAS EM DEZEMBRO	CALORIAS EM JANEIRO	VARIAÇÃO DEZ - JAN
GMA/FMACF	3 608	159 128	160 037	909
GMB/FMB	3 601	9 443	8 588	-905
ARROZ CORRENTE	3 630	29 115	29 579	464
FEIJAO/AMENDOIM	3 360	10 581	10 695	114
ÓLEO AVULSO	9 724	10 670	10 360	-310
AÇUCAR AMARELO	2 860	10 686	10 707	21
OUTROS ALIMENTOS	1 455	12 010	12 010	-
MÉDIA		241 682	241 976	293

Os preços sofreram entre os meses considerados um aumento efectivo de 6 Meticais/Kg. Como indicado anteriormente, a medida de aumento agregado de preços resulta de uma média ponderada das variações absolutas de preços ponderadas pelos Budget Shares. Assumiu-se que os preços de Outros Produtos Alimentares são invariáveis.

Verificou-se entre os meses de Dezembro e Janeiro a queda nos niveis de consumo de GMB/FMB e Óleo Avulso Importado em 9.53% e 2.90%, respectivamente. O Consumo de GMA/FMACF, Arroz Corrente, Feijão/Amendoim e Açucar Amarelo, poderá ter sofrido aumentos face a queda que se verificou nos seus preços. As percentagem de aumentos estimados no consumo para estes produtos variam de 0.20%, para o Açucar Amarelo, a 1.59% para o Arroz Corrente. Isto quer dizer que a familia que em Dezembro consumia 8.02 Kg de Arroz Corrente, passou a poder consumir em Janeiro, 8.15 Kg, dada a sua dotação de rendimento e a estratégia da sua alocação para a satisfação da dieta. Em termos agregados, tendo em conta os Budget Shares, o consumo caiu em 0.11%.

O impacto nutricional das variações de preços implicou um aumento liquido do consumo de calorias de 293 Cal, ditado especialmente pelo aumento mais acentuado no consumo de calorias resultantes do aumento de consumo de GMA/FMACF (909 Cal) e Arroz Corrente, acompanhado de reduções menos acentuadas no consumo calorias provinientes de produtos como o GMB/FMB (905 Cal) e Oleo Avulso (310 Cal).

Estimou-se um Indicador do nível de cobertura das necessidades caloríficas da familia tipica. Assumiu-se uma familia de 7 pessoas, sendo 2 adultos, três jovens, e três crianças (para mais detalhes ver anexo). Apurou-se, considerando os pesos por Adulto Equivalente[7], uma necessidade total de 402 000 Calorias para a família típica. A cobertura de necessidades apurada para Janeiro foi de 60.19%.

[7] O conceito "Adulto Equivalente" foi primeiramente utilizado em Moçambique pelo PSA-M MA/MSU. A consideração do conceito nas análises incorpora o efeito da existência de pessoas de diferentes idades e sexo dentro de uma familia, incorporando pesos relativos de necessidades de consumo. Baseado em necessidades em calorias definidas pela FAO para níveis "normais" de actividade. Os Adulto Equivalente são: homens com 10 ou mais anos = 1; mulheres com 20 ou mais anos = 0.72; mulheres 10-19 = 0.84; e crianças com menos de 10 = 0.60.

VII. CONCLUSÃO E PESQUISA ADICIONAL

Como um ensaio, o presente texto constitui, com todas as limitações que possa ter, uma primeira aproximação à realização de iniciativas ao nível provincial, como extensão às actividades do Sistema de Informação do Mercado Agricola (SIMA).

As iniciativas de estabelecimento de Mini-SIMA's nas provincias passa necessariamente pela manifestação de interesse por parte das autoridades locais, que devem logo à partida adiantar propostas devidamente justificadas sobre os produtos específicos e as regiões a serem abrangidas. A partir dai discutir-se-á aspectos técnicos de implementação das iniciativas.

Em paralelo ás discussões relativas ao estabelecimento do sistema de informação de preços e ofertas, abordar-se-á aspectos ligados a análises específicas que não deverão se limitar ás abordadas neste documento.

Como complemento a este documento, está em estudo, actualmente no Projecto de Segurança Alimentar MA/MSU, a publicação periódica, provavelmente trimestral, de documentos similares, com algumas modificações no tipo de análise do consumo, para os mercados das zonas Norte, Centro e Sul de Moçambique.

Considera-se premente a inclusão (condicionada à disponibilidade de informação) em próximas análises do consumo das unidades familiares, de impactos sobre grupos de diferentes níveis de renda e composição do agregado familiar. Também importante, mas com grande exiguidade de dados actualizados, é a consideração, nas análises, das elasticidades cruzadas da procura e elasticidade renda da procura, que nos permitiria realizar uma análise mais acurada sobre as implicações das variações de preços e rendimentos no bem estar das familias.

ANEXO 1: VARIAÇÕES DE PREÇOS E IMPLICAÇÕES NO CONSUMO E NÍVEL NUTRICIONAL DAS FAMÍLIAS

1. OBJECTIVOS

a. Determinar o impacto da variação dos preços entre dois meses nos níveis de consumo da família tipica;

b. Avaliar os níveis de consumo de calorias da família tipica e avaliar o grau de cobertura em relação ao recomendado pela FAO.

2. METODOLOGIA

A determinação do impacto das variações de preços no consumo e nível nutricional será feito atraves de um modelo simples interactivo montado no Programa Quattro Pro.

2.1. O MODELO GERAL

2.2.1. DETERMINAÇÃO DO NÍVEL DE CONSUMO

O nível de consumo de cada produto especifico (Ci) é determinado por:

Y - Nível de rendimento nominal da Família
Pi - Preço a retalho do produto i
§i - Peso do produto i na estrutura de despesas da família (Budget Shares)

O nível de Rendimento da Família (Y) - ver ponto 2.3. - e a Estrutura de Despesas (Budget Shares) - ver ponto 2.4. - são dados e supoem-se, em principio, invariaveis (dY=0 e d§i=0). Esperamos, logo que a informação esteja disponível, incluir as elasticidades cruzadas da procura para os produtos substitutos, abandonando, portanto, a hipotese de "Budget Shares" rigidos.

Deste modo, na nossa análise, o nível de Consumo de um produto especifico (Ci) varia apenas com a variação do Preço desse produto. Assim temos:

$$Ci = (\S i.Y)/Pi \qquad (1)$$

A variação do nível de consumo entre dois meses para o produto, e dada simplesmente pela diferença entre os níveis (C_t) nos dois momentos (Ci_t - Consumo no mes actual e Ci_{t-1} -Consumo no mes anterior):

$$dCi = Ci_t - Ci_{t-1} \qquad (2)$$

onde $dCi > 0$ se $Ci_t > Ci_{t-1}$
$dCi < 0$ se $Ci_t < Ci_{t-1}$

2.1.2. VARIAÇÃO MÉDIA DOS PREÇOS

O nível geral da variação dos preços (dP) do cabaz seleccionado e calculado como a média ponderada das variações de preço de cada produto, tendo os "Budget Shares" como ponderadores. Assim, temos:

$$dP = (\Sigma \S i\ dPi)/(\Sigma \S i) \qquad (3)$$

2.1.3. DETERMINAÇÃO DOS NÍVEIS NUTRICIONAIS

Se bem que se esteja interessado no Consumo de Calorias Total (CCal) do Agregado e nao na forma como a família aloca as calorias consumidas, e importante para a determinação do primeiro, a consideração de cada um dos produtos em termos de Calorias fornecidas por Kg (Cali). A Tabela 4 dá a contribuição calorifica de 1 Kg de cada um dos produtos seleccionados.

A formula de cálculo para a quantidade de Calorias gerada pelo consumo de cada produto é dada por:

$$CCali = Cali.Ci \quad (4)$$

A variação de Consumo de Calorias para cada Produto (CCali) será dada por:

$$dCCali = CCali_t - CCali_{t-1} \quad (5)$$

O Consumo Total de Calorias, resultante do consumo de toda a dieta será dado por:

$$CCal = \Sigma CCali \quad (6)$$

A variação do consumo total de Calorias e igual a diferença dos consumos totais entre os dois periodos ($CCal_t$ e $CCal_{t-1}$):

$$dCCal = CCal_t - CCal_{t-1} \quad (7)$$

O indicador basico da Situação Nutricional da Família (SNF) e dado pela razão entre CCalt e o nível de consumo total de calorias de uma família tipica calculado com base nas recomendações calorificas da FAO ($CCalFAO^a$) para uma pessoa adulta, ajustados a família tipica pelos pesos de "Adulto Equivalente" (θj).

$$SNF = (CCal_t/CCalFAO).100 \quad (8)$$

Onde, $CCalFAO = [\Sigma(\theta j.CCalFAO^a)].(30\ dias)$, j = pessoas

Este indicador da-nos a indicação de ate que ponto a família cobre as suas necessidades calorificas.

2.2. TAMANHO E COMPOSIÇÃO DA FAMÍLIA TIPICA

A questao do tamanho e composição da família tipica na cidade de Maputo foi abordado com base em estudos efectuados recentemente. O "Peri-Urban Baseline Research", levado a cabo pela "The Ohio State University", encontrou 7.13 membros, para as famílias chefiadas por Mulheres, e 8.9 membros para famílias chefiadas por homens (Graham et al., 1991:37).

Num estudo entitulado "Petty Trade and Household Survival Strategies: A Case Study of Food and Vegetable traders in the Peri-Urban Area of Maputo, Mozambique", publicado em Abril de 1992, e onde se parte da estratificação das populações por quartil de rendimento, constata-se que a média roda a volta de 6.95 membros. No quartil de menos renda o tamanho da família e de 6.7 membros, contra 8 membros no quartil de maior renda (Little et al. 1992:8).

Para efeitos da presente análise vamos considerar, tendo em conta os dados acima, que a família tipica e composta por 7 membros.

A estrutura etaria e sexual do agregado e como se segue:

- Homem Adulto (Chefe)
- Mulher (Esposa)
- Filha (10-19 anos)
- Filho (+10 anos)
- 3 Crianças

A Tabela abaixo da os pesos para o cálculo do Consumo Adulto Equivalente.

TABELA 1: Pesos Adulto Equivalente

INDIVIDUOS	ADULTO EQUIVALENTES
- Homens = ou > 10 anos	1.00
- Mulheres = ou > 20 anos	0.72
- Mulheres 10 - 19 anos	0.84
- Criancas < 10 anos	0.60

Fonte: MA/MSU Research Team, Working Paper Nr. 6.

Dado que o consumo recomendado pela FAO para um adulto em actividade normal e de 2 500 Calorias por dia, o nível de Consumo requerido para esta família, usando a formula anteriormente apresentada para o cálculo das necesidades da família considerando os pesos AE, seria de 13 400 Calorias/Dia ($CCalFAO = \Sigma(\theta j.CCalFAO^{R})$. Se multiplicarmos isto pelos 30 dias de um mes teremos que as necessidades mensais da família são de 402 000 Calorias.

2.3. DETERMINAÇÃO DO RENDIMENTO TIPICO (Y)

O "Peri-Urban Baseline Research" avalia os rendimentos informais mensais a partir dos rendimentos de unidades famíliares representativas. São seleccionados agregados chefiados por Mulheres e outros por Homens. Dentro de cada um destes grupos os resultados reportados referem-se a combinações rendimentos obtidos por mais do que um elemento da família, além do chefe, empregado no sector formal ou informal (Graham et al., 1991:38/39). Os resultados encontrados são resumidos na Tabela abaixo.

TABELA 2 : Rendimentos Famíliares para Agregados Representativos

FAMÍLIAS	RENDIMENTO MENSAL MÉDIO (Mts)
LIDERADAS POR MULHERES (17%)	88 500
LIDERADAS POR HOMENS (83%)	119 500
RENDIMENTO MÉDIO PONDERADO	114 230

FONTE: Graham et al. (1991:38/39). Abarca rendimentos do emprego no Sector Formal e no de Auto-Emprego.

Assume-se para a actualização dos rendimentos constatados em 1991, pelo Peri-Urban Baseline, como proxy a taxa de crescimento do salário minimo do Sector Formal que era de 40 000 Meticais (Setembro de 1991). Actualmente, situa-se 35% mais elevado. Deste modo o rendimento médio do agregado tipico seria o de 154 211 Meticais mensais.

2.4. ESCOLHA DE PRODUTOS E DETERMINAÇÃO DOS BUDGET SHARES (§i)

Os produtos seleccionados foram os Graos e Farinhas, Branco e Amarelo, Arroz Corrente, Feijão Amendoim, Óleo, Açucar, Outros produtos alimentares e outros nao alimentares.

Os "Budget Shares" foram extraidos dos resultados preliminares do Inquerito do FSD/CFNPP (Sahn et al., Table 10 - Budget Shares by Per Capita Expenditure Quintiles, 1991/1992). Tomamos para a análise os Budget Shares do Quintile de menor rendimento.

A tabela abaixo da-nos informação sobre os Produtos seleccionados, alguns deles agregados, e os respectivos "Budget Shares".

Tabela 3 : Estrutura de Despesas de Uma Família de Baixo Rendimento.

PRODUTOS	ESTRUTURA DE DESPESAS
GMA E FMA	15.11%
GMB E FMB	3.06%
ARROZ CORRENTE	7.63%
FEIJÃO E AMENDOIM	5.36%
ÓLEO	2.20%
ACUCAR	4.83%
OUTROS ALIMENTARES	31.84%
NAO ALIMENTARES	29.97%
TOTAL	100.00%

Nota: Baseado em Sahan et al. FSD/CFNPP Survey

2.5. CONTRIBUIÇÃO CALORIFICA DOS PRODUTOS

Segue-se a relação de conteudo calorifico de cada um dos produtos seleccionados para o cabaz da família tipica (Cali).

TABELA 4 : Cal/Kg para Produtos Seleccionados

PRODUTOS	CALOPIAS/Kg (Cali)
GMA	3 590
FMA	3 620
GMB	3 590
FMB	3 620
ARROZ CORRENTE	3 630
FEIJÃO	3 400
AMENDOIM	3 320
ÓLEO	9 724
AÇUCAR	2 860
OUTROS ALIMENTARES	

Fonte: PSA-M/MA/MSU

2.5. AGREGAÇÃO DE PRODUTOS E PONDERAÇÃO

Para simplificação e como mostrado na tabela acima, recorreu-se a agregação de alguns produtos. Os "Budget Shares" usados para o agregado são a soma dos "Budget Shares" individuais, extraidos do Estudo do FSD/CFNPP.

Na derivação dos preços agregados, usa-se para os casos do GMA/FMA e GMB/FMB médias ponderadas pelos Budget Shares extraidos do FSD/CFNPP (GMA=4.59%; FMA=10.5%; GMB=1.90% e FMB=1.16). No caso do Amendoim e feijão usa-se a média simples.

A mesma regra e usada na determinação das Calorias/Kg (Cali) dos produtos agregados.

No que se refere aos Outros Produtos Alimentares, que pesam 31.84% nas despesas das familias, foi recolhida informação de preços e Calorias para diferentes produtos, os quais foram agregados em sub-grupos (Raizes e Tubérculos; Vegetais e Fruta; Peixe; e Outros). Daqui, tendo em conta os pesos dos sub-grupos (usando os Budget Shares) chegou-se a indicadores agregados do nível de preços e conteúdo calorífico.

3. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Os resultados da análise são dados na forma de Tabelas e/ou Graficos.

São apresentados abaixo as duas Tabalas basicas derivadas a partir do modelo acima. Para melhor compreensão são apresentadas as formulas de cálculo por Célula.

TABELA 5 : VARIAÇÕES DE PREÇOS E IMPLICAÇÕES NO CONSUMO

PRODUTO	ESTRUTURA DAS DESPESAS	PREÇOS (Pi) (METICAIS)			CONSUMO (Ci)			
i	§i (%)	Pi_{t-1}	Pi_t	dPi (1)	Ci_{t-1} (3)	Ci_t (4)	dCi (5)	dCi(%) (6)
MÉDIA				dP (2)				

(1) $dPi=Pi_t-Pi_{t-1}$ => Variação do preço do produto i entre dois meses

(2) $dP=(\Sigma \S i.dPi)/(\Sigma \S i)$ => Variação Média do Nível de Preços

(3) $Ci_{t-1}=(\S i.Y)/Pi_{t-1}$ => Nível de Consumo de i no mes anterior

(4) $Ci_t=(\S i.Y)/Pi_t$ => Nível de Consumo de i no mes actual

(5) $dCi=Ci_t-Ci_{t-1}$ => Variação do nível de consumo de i entre dois meses

(6) $dCi(\%)=[(Ci_t-Ci_{t-1})/(Ci_{t-1})].100$ => (5) em Percentagem

TABELA 6 : IMPACTO NUTRICIONAL DAS VARIAÇÕES DE CONSUMO

PRODUTO	CONSUMO DE CALORIAS			
i	Cali (Cal/Kg)	$CCali_{t-1}$ (1)	$CCali_t$ (3)	dCCali (5)
		$CCal_{t-1}$ (2)	$CCal_t$ (4)	dCCal (6)

(1) $CCali_{t-1}=Cali.Ci_{t-1}$

(2) $CCal_{t-1}=\Sigma CCali_{t-1}$

(3) $CCali_t=Cali.Ci_t$

(4) $CCal_t=\Sigma CCali_t$

(5) $dCCali=CCali_t-CCali_{t-1}$

(6) $dCCal=CCal_t-CCal_{t-1}$

SNF = $(CCal_t/CCalFAO).100$

REFERÊNCIAS

Graham, Douglas, Irae Lundin, Antonio Francisco, William Nall, Mindy Walker, and Paul Jenkins (1991). "Peri-Urban Baseline Research Results: Maputo, Mozambique". Final Report to USAID Mission, Maputo, Mozambique.

Little, Peter D., and Irae Lundin (1992). "Petty Trade and Household Survival Strategies: A Case Study of Food and Vegeta'ble Traders in the Peri-Urban Area of Maputo, Mozambique". IDA Working Paper No. 90, Institute for Development Anthropology, Binghampton, N.Y.

MA/MSU Research Team, "A Pilot Agricultural Market Information and Analysis System in Mozambique: Concepts and Methods", Working Paper No. 2.

MA/MSU Research Team (1993). "The Determinants of Household Income and Consumption in Rural Nampula Province: Implications for Food Security and Agricultural Policy Reform", Working Paper No. 6.

MA/MSU Research Team, "The Maputo Market Study: Research Methods", Working Paper No. 9, 1993.

Sahn, David and Jaikishan Desai (1992) "Food Rationing in Maputo: An Analysis of the NSA", Cornell University Food Nutrition Policy Program, DRAFT.

Relatorios Preliminares de Pesquisa da DEA

1. Informing The Process of Agricultural Market Reform in Mozambique: A Progress Report.

2. A Pilot Agricultural Market Information and Analysis System in Mozambique: Concepts and Methods.

3. Inquérito ao Sector Familiar da Província de Nampula: Obseravações Metodológicas

3E. A Socio-Economic Survey of the Smallholder Sector in The Province of Nampula: Research Methods **(traduzido do Português)**

4. Inquérito ao Sector Familiar da Província de Nampula: Comercialização Agrícola

4E. A Socio-Economic Survey in The Province of Nampula: Agricultural Marketing in the Smallholder Sector **(traduzido do Português)**

5. Inquérito ao Sector Familiar da Província de Nampula: O Algodão na Economia Camponesa

5E. A Socio-Economic Survey in The Province of Nampula: Cotton in the Smallholder Economy **(traduzido do Português)**

6. The Determinants of Household Income and Consumption in Rural Nampula Province: Implications for Food Security and Agricultural Policy Reform

6P. Determinantes do Rendimento e Consumo Familiar nas Zonas Rurais da Província de Nampula: Implicações para a Segurança Alimentar e as Reformas de Política Agrária **(Traduzido do Inglés)**

7. A Socio-Economic Survey In The Province of Nampula: Smallholder Land Access and Utilization (In Preparation)

8. Dengo, Maria Nita, "Household Expenditure Behavior and Consumptio Growth Linkages in Rural Nampula Province, Mozambique", M.Sc. Thesis, Dept. of Agricultural Economics, Michigan State University **(Reimpressão)**

9. The Maputo Market Study: Research Methods

9P. O Estudo do Mercado de Maputo: Observações Metodológicas **(Traduzido do Ingles)**

10. The Maputo Market Study: The Organization, Behavior, and Performance of the Informal Food Marketing System **(em preparação)**

11 The Maputo Market Study: Food Price Behavior in the Maputo Informal Sector **(em preparação)**

12. The Economics of Food Aid Pricing and Distribution: Lessons from Mozambique **(em preparação)**

13. The Maputo Market Study: Synthesis of Research Findings and Policy Implications **(em preparação)**

14. Liedholm, Carl and Donald Mead, "Small-scale Enterprises: a Profile", in Economic Impact: A Quarterly Review of World Economics, no. 63 **(Reimpressão)**

14P. Liedholm, Carl and Donald Mead, "Pequenas Empresas: Um Perfil", em Economic Impact: A Quarterly Review of World Economics, no. 63 **(Reimpressão, traduzido do Inglés)**

15. Mini-SIMA e Análises Específicas: Um Ensaio Aplicado aos Mercados de Maputo.