



2200 Clarendon Boulevard
Suite 900
Arlington, Virginia 22201
USA

Brasil

Tel: (703) 525-9400
Fax: (703) 525-7975

Tel: (55) (81) 224-2863
Fax: (55) (81) 224-4654

Tel: 245-20-1104
20-1890/2
Fax: 245-20-1185

Contract No.: 624-0021-C-00-3080-00
Project No.: PIO/T 657-0021-3-20015
Contractor: LABAT-ANDERSON INC.
USAID Project Office: USAID/Bissau

Contract No.: 624-0021-C-00-3080-00
Project No.: PIO/T 657-0021-3-20015
Contractor: LABAT-ANDERSON INC.
USAID Project Office: USAID/Bissau

PN-ABZ-828

**AVALIAÇÃO, TREINAMENTO E AJUSTAMENTO
DO SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÃO DE
MERCADO AGRÍCOLA**

HILTON CUNHA

**MAIO 1995
GUINEA-BISSAU**

TIPS REPORT NO.46P

WP II TC 4B 1-c

Approved by TIPS
March 28, 1996

Submitted to USAID
April 1, 1996

ÍNDICE

- 1 - INTRODUÇÃO
- 2 - OBJETIVOS E METAS
- 3 - ESTRATÉGIA DE AÇÃO
 - 3.1 - AVALIAÇÃO JUNTO AOS USUÁRIOS
 - 3.2 - AVALIAÇÃO JUNTO AOS EXECUTORES
 - 3.3 - TREINAMENTO DE RECURSOS HUMANOS
 - 3.4 - OPERACIONALIZAÇÃO AJUSTADA DO SIMA
 - 3.4.1 - ORGANIZAÇÃO DO SISTEMA
 - 3.4.2 - COMPETÊNCIA DAS AGÊNCIAS
 - 3.4.2.1 - COMPETÊNCIA DA AGÊNCIA NACIONAL
 - 3.4.2.2 - COMPETÊNCIA DAS AGÊNCIAS REGIONAIS
 - 3.4.3 - RECURSOS HUMANOS DO SISTEMA SIMA
 - 3.4.4 - ROTEIRO DE ATIVIDADES
 - 3.4.4.1 - PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS DIÁRIOS AGÊNCIA NACIONAL
 - 3.4.4.2 - PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS DIÁRIOS AGÊNCIAS REGIONAIS
 - 3.4.5 - METODOLOGIA DA PESQUISA DE MERCADO
 - 3.5 - PLANO DE NEGÓCIOS
 - 3.5.1 - RECEITAS
 - 3.5.2 - CUSTOS MÍNIMOS OPERACIONAIS
 - 3.5.3 - EQUILÍBRIO COMERCIAL
 - 3.6 - IMPLANTAÇÃO DOS SERVIÇOS REESTRUTURADOS
- 4. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES
 - 4.1 - CONCLUSÕES
 - 4.2 - RECOMENDAÇÕES

1 - INTRODUÇÃO

Evidências da possibilidade de implantação do Sistema Nacional de Informação de Mercado Agrícola levou a CCIA - Câmara do Comércio, Indústria e Agricultura, em participação do ANAG - Associação Nacional dos Produtores da Guiné-Bissau e o apoio do TIPS - Trade Investment Promotion Support Project, a implementar, experimentalmente, as operações do SIMA.

Visto ser um período de experiência e haver necessidade de estruturar todas as sedes (Nacional e Regionais) do sistema, quanto as instalações e equipamentos e, ainda, capacitar recursos humanos, optou-se por iniciar os trabalhos com o funcionamento de três unidades, em Bissau, Bafatá e Catio, que receberam prioridade na organização de suas sedes. Aproveitando-se da existência de alguns móveis e utensílios pertencentes a CCIA, conforme recomendações, posteriormente os trabalhos seriam estendidos a outras Regionais a serem estruturadas em um período de curto prazo.

Quanto a pauta de produtos objeto de pesquisa pelo SIMA, visto as limitações, principalmente de pessoal, ficou estabelecido que no período experimental as atividades do Sistema se limitariam a 5 (cinco) produtos nacionais, e que este período alcançasse cerca de quatro (4) a cinco (5) meses, sendo complementado até atingir doze (12) quando se procederia a uma avaliação.

2 - OBJETIVO E METAS

Em face dos trabalhos previstos na primeira fase da operacionalização do SIMA, propõem-se avaliar seu desenvolvimento e desempenho, aproveitando a oportunidade para identificar as principais demandas por informações de mercado agrícola dos usuários atuais e potenciais do sistema. Especificamente visa:

- Avaliar o conhecimento do sistema pelo usuário
 - Verificar sua aceitação e utilidade
 - Conhecer o nível do uso do SIMA na fase experimental
 - Verificar a intensidade de divulgação das informações do SIMA
 - Conhecer os tipos de informações de mercado demandados
 - Identificar as "Praças" do mercado interno de produtos agrícolas de maior interesse.
 - Identificar os principais países do mercado externo de produtos agropecuários.
 - Verificar a demanda de informações relativamente aos produtos agropecuários florestais e da pesca.
 - Avaliar a forma de apresentação do Boletim e seu conteúdo
 - Verificar qual a rede mínima necessária para o sistema.
 - Reciclar e capacitar recursos humanos para a continuidade das atividades do SIMA.
- Apoiar a ampliação das atividades do sistema à regiões já programadas.

- Implantar os ajustes resultantes da avaliação do período experimental e seu seguimento.
- Estimar os custos e rendas.

3 - ESTRATÉGIA DE AÇÃO

O alcance aos objetivos descritos levaram ao desenvolvimento de atividades de:

- a) Avaliação junto aos usuários ou não do SIMA experimental
- b) Avaliação junto aos executores da experiência do SIMA
- c) Treinamento de recursos humanos
- d) Operacionalização ajustada do SIMA
- e) Plano de negócios
- f) Implantação dos serviços reestruturados

3.1 - AVALIAÇÃO JUNTO AOS USUÁRIOS OU NÃO DO SIMA

Realizada no período de 01 a 15 de maio de 1995, em uma amostra de 110 pessoas e instituições, representando os produtores, comerciantes e instituições nacionais e internacionais, públicas e privadas. A pesquisa estendeu-se às principais "Praças" do mercado agrícola da Guiné-Bissau, cobrindo todas as regiões do país. As informações foram obtidas em entrevistas pessoais com os integrantes da amostra, escolhidas ao acaso e registradas em questionário, especificamente preparado para o inquérito (Vide anexo I).

As apurações e análise dos dados colhidos evidenciaram que a sigla "SIMA" bem como seu significado, eram de conhecimento da maioria, 53% e 50% respectivamente, evidenciando o nível de divulgação do sistema no período (TABELAS 1 e 2).

TABELA 1
 CONHECIMENTO DA SIGLA SIMA
 MERCADO AGRÍCOLA GUINÉ-BISSAU 1995

PRAÇAS	FREQUÊNCIA RELATIVA %	
	SIM	NAO
BISSAU	52	48
BIOMBO	67	33
BAFATÁ	55	45
GABU	43	57
CATIÓ	69	31
CANCHUNGO	40	60
FARIM	50	50
BOLAMA	40	60
AMOSTRA	53	47

TABELA 2
 CONHECIMENTO DA SIGLA SIMA
 MERCADO AGRÍCOLA GUINÉ-BISSAU 1995

PRAÇAS	FREQUÊNCIA RELATIVA %	
	SIM	NAO
BISSAU	52	48
BIOMBO	50	50
BAFATÁ	45	55
GABU	29	71
CATIÓ	69	31
CANCHUNGO	40	60
FARIM	60	40
BOLAMA	40	60
AMOSTRA	50	50

Fonte (Pesquisa)

Não obstante o nível de conhecimento do SIMA pela maioria, verificou-se que a utilização de suas informações não se mostrou consistente, relativamente a este fato. Fez uso 39% dos usuários, TABELA 3, possivelmente pela falta de contato com pessoal do SIMA que lhes possibilitaria o acesso aos Boletins de divulgação. Cerca de 45% não contactou as unidades do SIMA (TABELA 4).

TABELA 3
 USO DAS INFORMAÇÕES DO SIMA
 MERCADO AGRÍCOLA GUINÉ-BISSAU 1995

PRAÇAS	FREQUÊNCIA RELATIVA %	
	SIM	NAO
BISSAU	44	56
BIOMBO	17	83
BAFATÁ	45	55
GABU	14	86
CATIÓ	63	37
CANCHUNGO	20	80
FARIM	50	50
BOLAMA	20	80
AMOSTRA	39	61

TABELA 4
 CONTATO C/FUNCIONAMENTO DO SIMA
 MERCADO AGRÍCOLA GUINÉ-BISSAU 1995

PRAÇAS	FREQUÊNCIA RELATIVA %	
	SIM	NAO
BISSAU	36	64
BIOMBO	50	50
BAFATÁ	55	45
GABU	21	79
CATIÓ	69	31
CANCHUNGO	20	80
FARIM	60	46
BOLAMA	40	60
AMOSTRA	45	55

Fonte (Pesquisa)

Independentemente de serviços organizados, todos os mercados apresentam formas diferentes de informar seus interessados, sendo o Boletim do SIMA uma delas que no decorrer deste período experimental foi utilizado por 33%, ficando evidente que a maioria 75%, ainda, se valeu da sondagem pessoal como forma de se informar, seguida do contacto com os produtores (60%) e grossistas (49%) (TABELA 5).

TABELA 5
 CONHECIMENTO DOS PREÇOS DOS PRODUTOS
 MERCADO AGRÍCOLA GUINÉ-BISSAU 1995

FORMAS USADAS	FREQUÊNCIA RELATIVA %								
	BISSAU	BIOMBO	BAFATA	GABU	CATIÓ	CANCHUNGO	FARIM	BOLAMA	AMOSTRA
SONDAGEM PESSOAL	72	17	64	93	94	40	90	60	75
ATRAVÉS AGENTES	48	17	18	50	37	40	20	80	39
COMERCIALIZAÇÃO									
COMUNIC. COM AS PRAÇAS	28	17	36	36	13	40	-	40	25
USO DE INTERMEDIÁRIOS	24	34	27	36	19	-	20	60	26
CONTACTO C/PRODUTORES	56	50	100	64	56	80	40	20	60
CONTACTO COM GROSSISTAS	56	67	64	57	31	20	30	40	48
ATRAVÉS DA IMPRENSA	48	67	45	50	37	20	60	80	49
BOLETIM DO SIMA	32	17	45	14	56	20	30	20	33

Fonte: Pesquisa

Note-se que com apenas um ano de experiência o SIMA já alcançou cerca de 1/3 dos usuários da informação de mercado.

A principal forma de divulgação das informações do SIMA vem a ser o Boletim Diário cujo recebimento pelos usuários, atuais e potenciais, atingiu a 37% com destaque para a região do Catió onde o recebimento alcançou os 63%, TABELA 6, evidenciando que os trabalhos de divulgação não receberam a ênfase recomendada.

TABELA 6
RECEBIMENTO PELO USUÁRIO DO BOLETIM DIÁRIO DO SIMA
MERCADO AGRÍCOLA - GUINÉ-BISSAU 1995

PRAÇAS	FREQUENCIA RELATIVA %	
	SIM	NAO
BISSAU	44	56
BIOMBO	17	83
BAFATÁ	45	55
GABU	14	56
CATIÓ	63	37
CANCHUNGO	20	80
FARIM	30	70
BOLAMA	20	80
AMOSTRA	37	63

Fonte: Pesquisa

A evidência acima se confirma ao se verificar que apenas 10% recebeu o Boletim do SIMA na semana e apenas 7%, no mês da pesquisa, levando a conclusão que tem sido muito pouco editado e divulgado (TABELA 7).

TABELA 7
ÚLTIMO RECEBIMENTO DO BOLETIM DIÁRIO DO SIMA
MERCADO AGRÍCOLA - GUINÉ-BISSAU 1995

PRAÇAS	FREQUENCIA RELATIVA %		
	NA SEMANA	NO MÊS	OUTRO
BISSAU	-	8	40
BIOMBO	-	17	-
BAFATÁ	-	-	45
GABU	14	7	21
CATIÓ	31	19	13
CANCHUNGO	-	-	20
FARIM	20	-	20
BOLAMA	-	-	20
AMOSTRA	10	7	25

A frequência da informação do mercado constitui uma das mais importantes funções do SIMA, observando-se que a diária se destaca por sua demanda em Bissau (capital) onde foi citada por 52%. Bolama e Farim demandam as informações com frequência de 80% e 60%, respectivamente. Em geral a frequência diária é solicitada por 39% da população.

O recebimento semanal dos informes alcançou 43% das preferências, notando-se neste caso a preocupação referente a se transferir às informações para o interior, visto haver dificuldades (TABELA 8).

TABELA 8
RECEBIMENTO DESEJADO DA INFORMAÇÃO DO SIMA
MERCADO AGRÍCOLA - GUINÉ-BISSAU 1995

PRAÇAS	FREQUÊNCIA RELATIVA %			
	DIÁRIA	SEMANAL	MENSAL	OUTROS
BISSAU	52	32	16	-
BIOMBO	16	67	-	17
BAFATÁ	36	55	9	-
GABU	29	57	14	-
CATIÓ	19	56	25	-
CANCHUNGO	20	20	40	20
FARIM	60	46	-	-
BOLAMA	80	-	-	20
AMOSTRA	39	43	14	4

Fonte: Pesquisa

Há diferentes informações que o Boletim do SIMA pode se reportar, tendo se concentrado, nesta fase experimental, nos "Preços do Produto", "Situação de Mercado", "Procedência do Produto" e "Câmbio". Tipos estes reafirmados pelos usuários do Sistema que ainda demandam outras, constituindo destaque as relativas a mercado externo(86%), preço de fatores de produção (83%), variações de preço (83%) e preço de transportes + fretes (80%) (TABELA 9, próxima página).

O Boletim SIMA mostrou ser extremamente útil às atividades desenvolvidas pelos envolvidos na comercialização e mercado de produtos agrícolas, constatando que 86% tem se beneficiado com a ajuda prestada pelas informações do SIMA. Em Bafatá e Bolama 100% tem o Boletim como um dos principais auxiliares (TABELA 10, próxima página).

TABELA 9
TIPO DE INFORMAÇÃO A DIVULGAR
MERCADO AGRÍCOLA GUINÉ-BISSAU 1995

PRAÇAS	FREQUÊNCIA RELATIVA %								
	BISSAU	BIOMBO	BAFATÁ	GABU	CATIÓ	CANCHU NGO	FARIM	BOLAMA	AMOS TRA
PREÇO PRODUTOS	96	100	100	100	100	80	90	100	97
PREÇO FATORES PRODUÇÃO	88	100	91	86	50	100	80	100	83
PREÇO EMBALAGENS	56	83	82	57	44	60	80	100	64
PREÇO TRANSPORT.(FRETE)	92	67	91	71	50	100	90	100	80
VARIAÇÕES DE PREÇOS	80	83	82	71	88	100	80	100	83
SITUAÇÃO DE MERCADO	88	67	100	64	94	100	90	80	86
PROCEDÊNCIA DOS PROD.	84	100	91	64	44	100	90	80	77
RELAÇÕES DE TROCA	72	100	82	43	56	100	80	100	72
CÂMBIO	76	100	82	71	94	100	90	100	85
PREÇO MERCADO EXTERNO	76	100	100	79	94	100	80	80	86

Fonte: Pesquisa

TABELA 10
AJUDA DO BOLETIM NO DESENVOLVIMENTO DAS ATIVIDADES
MERCADO AGRÍCOLA- GUINÉ-BISSAU 1995

PRAÇAS	FREQUÊNCIA RELATIVA %	
	SIM	NAO
BISSAU	84	16
BIOMBO	83	17
BAFATÁ	100	-
GABU	64	36
CATIÓ	94	6
CANCHUNGO	80	20
FARIM	90	10
BOLAMA	100	-
AMOSTRA	86	14

Fonte: Pesquisa

As principais "Praças" do mercado interno agropccuário da Guiné-Bissau, encontram-se nas sedes das regiões, constituindo os principais polos de concentração e distribuição de produtos. O interesse na transferência ou intercâmbio das informações assume papel da maior importância para o desenvolvimento da dinâmica do comércio como pode ser observado na TABELA 11, onde a grande maioria mostra alta frequência.

TABELA II
MERCADO INTERNO DE INTERESSE DO USUÁRIO
MERCADO AGRÍCOLA GUINÉ-BISSAU 1995

PRAÇAS	FREQUENCIA RELATIVA %							
	BISSAU	BIOMBO	BAFATA	GABU	CATIÓ	CANCHUNGO	FARIM	BOLAMA
BISSAU	96	100	100	100	100	100	90	100
BIOMBO	80	100	91	86	100	100	80	80
BAFATA	72	100	82	50	81	100	70	80
GABU	72	100	82	57	75	100	80	80
CATIÓ	84	100	91	71	100	100	70	100
CANCHUNGO	76	100	91	50	81	100	80	80
FARIM	76	100	82	71	44	100	80	80
BOLAMA	68	100	73	21	81	100	70	80
	-	-	-	-	-	-	-	-

Fonte: Pesquisa

Além das sedes das regiões o mercado agrícola da Guiné-Bissau possui outras localidades onde a comercialização se destaca quer a nível do produtor quer a nível do grossista. Nestas localidades geralmente são realizadas feiras periódicas chamadas "Lumus" que constituem as "Praças" secundárias do mercado interno. A pesquisa identificou como das mais importantes os de São Domingos (17%), Bissorã (14%), Cacine(13%), Buba (10%) (TABELA 12).

A Guiné-Bissau mantém um intenso comércio de produtos agrícolas com outros países, embora não seja grande produtor e importador. Todavia seus produtos são demandados pelo mercado externo, destacando-se como seus principais parceiros comerciais, Portugal, Senegal, Guiné Conakry, Gambia, França, Holanda, etc. Estas relações comerciais vem demandar informações do comércio externo no Boletim SIMA conforme mostra a TABELA 13.

Os estudos iniciais para a criação do SIMA na Guiné-Bissau indicaram que cerca de 23 produtos deveriam ser objeto das pesquisas de mercado em nível nacional. Visto o caráter experimental e a escassez de recursos a experiência foi desenvolvida com 5 produtos, notando-se que os usuários estão demandando informes de uma zona muito ampla de produtos, em virtude inclusive do desenvolvimento agrícola do país cada dia mais evidente. A pesquisa vem confirmar esta crescente procura por informações, levando a serem citados 72 produtos de interesse Nacional ou Regional (TABELA 14).

TABELA 12
MERCADO INTERNO DE INTERESSE DO USUÁRIO P/REGIÃO
MERCADO AGRÍCOLA GUINÉ-BISSAU 1995

PRAÇAS PRINCIPAIS	FREQUENCIA RELATIVA %								
	BISSAU	BIOMBO	BAFATÁ	GABU	CATIÓ	CANCHU NGO	FARIM	BOLAMA	AMOS TRA
CAMBADJU	4	-	-	-	-	20	-	-	2
PIRADA	12	-	-	7	-	20	-	-	5
BRUNTUMA	12	-	-	7	-	20	-	-	5
BIGENE	12	16	-	-	-	40	10	-	8
BUBA	8	-	9	7	13	-	10	60	10
BISSORA	16	33	27	14	6	-	10	-	14
CACHEU	4	16	27	-	-	-	-	-	5
S.DOMINGOS	32	-	9	21	6	60	-	-	17
BUBAQUE	12	16	9	-	-	-	10	-	7
CACINE	16	-	18	-	26	-	10	20	13
FULACUNDA	8	-	-	-	-	-	-	-	2
MANSOA	4	-	-	-	-	-	-	-	1
SACONHA	4	-	-	-	-	-	-	-	1
PITCHE	4	-	-	7	-	-	-	-	2
DJAUBE	4	-	-	-	-	-	-	-	1
BOE	-	-	9	29	6	-	-	-	7
BULA	-	-	9	7	-	20	-	20	4
QUINARA	-	-	-	7	-	-	-	-	1
PECIXE	-	-	-	7	-	20	-	-	2
EMPADA	-	-	-	-	6	-	-	20	2
TITE	-	-	-	-	-	-	-	60	3
QUEBO	-	-	-	-	19	-	-	20	4
BAMBADINCA	-	-	9	-	6	-	-	20	3
SAREBACAR	-	-	-	-	-	20	-	-	1
CAIO	-	-	-	-	-	20	-	-	1
INGORA	-	-	-	-	-	20	-	-	1
BEDANDA	-	-	-	-	6	-	-	-	1
CONTUBOEL	-	-	9	-	-	-	-	-	1

Fonte: Pesquisa

TABELA 13
MERCADO EXTERNO DO INTERESSE DO USUÁRIO DO SIMA
MERCADO AGRÍCOLA GUINÉ-BISSAU 1995

PAÍSES	FREQUÊNCIA RELATIVA %								
	BISSAU	BIOMBO	BAFATÁ	GABU	CATIÓ	CANCHU NGO	FARIM	BOLAMA	AMOS TRA
PORTUGAL	60	16	73	71	81	100	90	60	70
SENEGAL	72	50	82	86	38	60	50	100	66
GUINÉ CONAKRY	56	-	55	64	31	20	30	100	47
FRANÇA	24	50	64	14	69	-	30	20	34
ESPAÑA	12	-	9	-	69	20	10	-	18
GAMBIA	48	33	64	79	31	20	70	40	51
TAIWAN	8	16	-	7	-	20	-	20	5
CHINA	4	16	9	14	6	20	20	-	10
ITALIA	8	16	9	-	56	-	-	-	14
ARABIA SAUDITA	4	-	-	-	-	-	-	-	1
BELGICA	8	-	-	-	6	-	-	-	3
HOLANDA	20	-	55	14	56	-	10	-	25*
CABO VERDE	8	-	27	7	6	-	10	60	12
U.S.A	4	33	18	7	6	20	10	-	10*
COSTA DE MARFIM	4	16	-	14	-	20	-	-	5
MALI	4	-	18	7	-	-	-	-	4
BRASIL	4	67	36	7	-	20	-	-	12
SUÍÇA	8	16	18	-	-	-	-	-	5
INDIA	-	33	-	7	-	40	-	-	5
INGLATERRA	-	16	-	-	-	-	-	-	1
JAPÃO	-	-	-	21	-	-	20	-	5
VIETNAM	-	-	9	-	-	-	-	-	1
ÁFRICA DO SUL	-	-	-	7	-	-	-	-	1
NAMIBIA	-	-	9	-	-	-	-	-	1
MARROCOS	-	-	-	-	-	20	-	-	1
ANGOLA	-	-	9	7	-	-	-	-	2
MOÇAMBIQUE	-	-	18	-	-	-	-	-	2
NIGERIA	-	-	9	-	-	-	-	-	1

TABELA 14
 PRODUTOS SOLICITADOS PARA PESQUISA DO SIMA
 MERCADO AGRÍCOLA GUINÉ-BISSAU 1995

PRODUTOS	FREQUENCIA RELATIVA %								
	BISSAU	BIOMBO	BAFATÁ	GABU	CATIÓ	CANCHU NGO	FARIM	BOLA MA	AMOS TRA
Carne bovina	24	50	27	7	-	20	20	20	18
Carne suína	16	33		7	-	-	20	20	11
Carne caprina	20	33	9	-	-	-	20	20	13
Carne ovina	4	-	9	-	-	-	20		4
Carne aves	8	50	-	7	6	-	20	20	21
Peixes	12	67	9	-	50	-	-	80	22
Melão	8	-	-	-		-	-	-	2
Melancia	8	-	-	-		-	-	-	2
Banana	20	16	36	-	56	40	10	40	26
Goiaba	-	-	-	-	6	-	-	-	1
Laranja	20	33	45	7	56	40	20	20	29
Limão	16	33	45	-	31	40	-	40	21
Tangerina	12	33	-	-		40	-	-	9
Papaia		-	9	-	6	20	-	-	4
Ananas	12	-	18	-	13	-	-	20	9
Caju	4	16	-	-		-	-	-	2
Abobra	-	-	36	7	-	20	-	20	8
Tomate	36	50	18	7	69	20	20	60	34
Alface	20	50	9	7	13	-	-	40	15
Repolho	20	33	9	7	6	-	-	40	13
Cebola	24	33	18	-	56	20	10	20	25
Malagueta	16	33	45	-	26	20	-	40	21
Pimentão	12	50	9	7		20	-	40	12
Couve	12	33	-	-	-	-	-	20	7
Candja	12	33	36	-	19	-	-	20	14
Cenoura	12	50	9	7	-	-	-	40	11
Pepino	12	16	9	-	-	-	-		5
Baguiche	8	16	18	-	6	-	-	20	8
Feijão	28	-	55	-	63	-	20	20	27
Batata Inglesa	8	-	9	-		-	10	-	4
Batata doce	4	-	18	14	19	-	20	-	10
Inhame	8	33	-	7	6	20		-	8
Algodão	4	-	-	-	-	-	10	-	2
Fundo	4	-	-	-	6	-	-	20	3
Mel	8	-	73	71	6	-	20	20	26

continua

PRODUTOS	FREQUÊNCIA RELATIVA %								
	BISSAU	BIOMBO	BAFATÁ	GABU	CATIÓ	CANCHU NGO	FARIM	BOLA MA	AMOS TRA
Cera	8	-	73	36	-	-	-	-	16
Noz de cola	4	-	-	-	50	-	-	20	11
Oleo Palma	4	16	55	36	50	50	50	40	32
Carvão	8	-	-	-	-	-	10	-	3
Netatu	-	16	-	-	-	-	-	-	1
Aguardente caju	-	16	-	-	-	-	-	-	1
Aguardente cana	-	16	-	-	-	-	-	-	1
Manfafa	-	33	9	7	6	-	-	-	5
Vinho de caju	-	33	-	-	-	-	-	-	2
Djagatu	-	16	18	-	19	20	-	-	7
Sumo de caju	-	-	9	-	-	-	-	-	1
Nhambi	-	-	18	-	-	-	-	-	2
Fole	-	-	73	57	6	-	-	-	18
Mondinple	-	-	-	9	-	-	-	-	-
Cabasseira	-	-	-	55	-	-	-	-	-
Veludo	-	-	36	-	6	-	-	-	5
Faroba	-	-	55	50	13	-	-	-	16
Gergelim	-	-	-	7	-	-	-	-	1
Farinha	-	-	-	14	-	-	-	-	2
Cibes	-	-	-	7	-	-	-	-	1
Oleo alim.(soja)	-	-	-	7	-	-	-	-	1
Manteiga	-	-	-	7	-	-	-	-	1
Côco	-	-	-	-	13	-	-	-	2
Tabaco	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Miseria	-	-	-	-	6	-	-	20	2
Toranja	-	-	-	-	6	-	-	-	1
Bcalhau	-	-	-	-	6	-	-	-	1
Chabeu	-	-	-	-	6	-	-	-	1
Cabacera	-	-	-	-	6	-	-	-	1
Escalada	-	-	-	-	6	-	-	-	1
Oleo coconote	-	-	-	-	31	-	-	-	8
Cevada	-	-	-	-	-	20	-	-	1
Trigo	-	-	-	-	-	20	-	-	1
Nabo	-	-	-	-	-	-	-	20	1
Beringela	-	-	-	-	-	-	-	20	1
Fruta Pão	-	-	-	-	-	-	-	20	1
Malagueta preta	-	-	54	-	-	-	-	-	7

Na impossibilidade de inserir todos os produtos na pauta da pesquisa do SIMA, as atividades futuras do sistema considera possível atender, no que se refere a

informações, os produtos de carácter nacional, conforme indicado na pesquisa, cuja relação se segue:

RELAÇÃO DOS PRODUTOS DA PESQUISA MAIO/95
NÍVEL NACIONAL

Carne Bovina	Batata doce
Carne Suína	Mel
Carne Caprina	Óleo de Palma
Peixes	Inhame
Mangas	Bovino
Bananas	Suínos
Laranjas	Caprinos
Limões	Galinhas Vivas
Tomate	Frango Vivo
Alface	Arroz
Repolho	Milho Bacil
Cebola	Milho Cavalo
Pimenta	Milho preto
Pimentão	Amendoim
Baguiche	Castanha de Caju
Cenoura	Amêndoas de Caju
Mandioca	Coconote
Feijão Frade	

A pesquisa procurou ainda avaliar se a forma adotada pelo Boletim Diário atende as necessidades do usuário verificando ser satisfatória segundo dados da TABELA 15. É evidente que incorporadas as sugestões e novas demandas indicadas pela avaliação geral do SIMA a que se introduzir adaptações.

TABELA 15
APRESENTAÇÃO DO BOLETIM DIÁRIO DO SIMA
MERCADO AGRÍCOLA GUINÉ-BISSAU 1995

PRAÇAS	FREQUENCIA RELATIVA %			
	BOA	REGULAR	MA	N/OPINOU
BISSAU	32	16	-	52
BIOMBO	16	17	-	67
BAFATÁ	91		-	9
GABU	43	14	-	43
CATIÓ	63	6	-	31
CANCHUNGO	40	20	-	40
FARIM	90	10	-	-
BOLAMA	60	40	-	-
AMOSTRA	55	13	-	34

Fonte: Pesquisa

3.2 AVALIAÇÃO JUNTO AOS EXECUTORES DO SIMA

A operacionalização do sistema, embora em caráter experimental, exigiu dos seus promotores ações no sentido de instalar, ampliar, equipar e desenvolver a metodologia recomendada para o alcance dos objetivos e finalidades do SIMA. Assim esta pesquisa de avaliação se relacionou à infra-estrutura.

Quanto às instalações observou-se que todas as unidades, nacional ou regionais, usavam dependências cedidas pelas instituições promotoras CCIA ou ANAG, ocorrendo o fato de que em Gabu o escritório se encontrava fechado na data da pesquisa, não havendo o funcionamento do SIMA. Em Farim o SIMA funcionava há cerca de um mês. Em Bolama e Canchungo, embora existindo as instalações, não haviam iniciado as atividades, o mesmo ocorrendo em Biombo que deverá receber apoio logístico do Centro de Formação de Quinhamel.

TABELA 16
INSTALAÇÃO DO SIMA
GUINÉ - BISSAU - MAIO 95

PRAÇA	SALAS EXISTENTES		SALAS EM FALTA	
	Nº	AREA (m2)	Nº	AREA (m2)
BISSAU	1	5	2	10
BIOMBO	-	-	1	12
BAFATÁ	3	60	-	-
GABU	1	20	-	-
CATIO	1	16	1	16
CANCHUNGO	1	16	-	-
FARIM	2	20	1	6
BOLAMA	1	16	-	-

Fonte (Pesquisa)

Não obstante parte das agências terem indicado a falta de espaço, observou-se que a carência ressaltada não era fator impeditivo do funcionamento do SISTEMA. Todavia recomenda-se o atendimento à solicitação da Agência Nacional (Bissau), cuja maior parte da fase experimental, cerca de 10 meses, funcionou nas dependências do TIPS e não na CCIA como fôra previsto e recomendado. Agência de Biombo depende do espaço solicitado para sua estruturação e funcionamento.

As sedes do SIMA apresentaram-se parcialmente estruturadas faltando-lhes complementar os móveis e utensílios, como também a instalação de equipamentos que embora já adquiridos não foram instalados, dificultando as ações do sistema, principalmente na parte relativa ao intercâmbio. (TABELAS 17 e 18). Notou-se também a falta de materiais de escritório nas agências e sub-agências.

TABELA 17
MÓVEIS E UTENSÍLIOS DISPONÍVEIS NO SIMA
GUINÉ-BISSAU - MAIO 95

PRAÇAS	QUANTIDADES EXISTENTES (Nº)						
	Mesas	Cadeiras	Arquivos	Armários	Estantes	Furador	Grampeador
BISSAU	2	2	1	-	1	1	1
BIOMBO	1	1	-	1	-	-	1
BAFATÁ	2	4	2	1	-	1	-
GABU	2	5	-	1	-	-	-
CATIÓ	1	4	1	1	-	1	1
CANCHUNGO	4	12	-	-	-	1	1
FARIM	1	1	-	-	-	-	-
BOLAMA	1	4	-	1	1	-	-

Fonte (Pesquisa)

TABELA 18
EQUIPAMENTOS DISPONÍVEIS NO SIMA
GUINÉ-BISSAU - MAIO 95

PRAÇAS	QUANTIDADES EXISTENTES (Nº)						
	Máquina Escrever	Máquina Calcular	Telefone	Fax	Computador	Fotocopiadora	Impressora
BISSAU	1	-	1	1	1	1	1
BIOMBO	-	-	-	-	-	-	-
BAFATÁ	1	1	1	1*	-	1*	-
GABU	2	1	1*	1*	-	1*	-
CATIÓ	1	1	1	1*	-	1*	-
CANCHUNGO	1	1	1	1*	-	1*	-
FARIM	1	1	1	1*	-	1*	-
BOLAMA	1	-	1	1*	-	1*	-

Procurando atender à programação estabelecida para o período experimental, após a fase piloto, com o funcionamento das unidades de Bissau, Catio e Bafatá, as atividades do SIMA foram estendidas a Gabu e Farim. Todavia, por falta de pessoal, inquiridores, a regional de Gabu suspendeu os trabalhos após alguns meses de atividades. O sistema contava com reduzida equipe, sem treinamento formal, em virtude da rotatividade do pessoal (TABELA19).

TABELA 19
RECURSOS HUMANOS DO SIMA
GUINÉ-BISSAU - MAIO 95

PRAÇAS	QUANTIDADE EXISTENTE (Nº)	
	ESCRITÓRIO	INQUIRIDORES
BISSAU	2	1
BIOMBO	-	-
BAFATÁ	3	1
GABÚ	-	-
CATIÓ	-	1
CANCHUNGO	-	-
FARIM	1	1
BOLAMA	-	-

Fonte (Pesquisa)

Conquanto não estivessem todas em funcionamento os responsáveis pela CCLIA e ANAG, direta ou indiretamente envolvidos pelo SIMA, evidenciaram que o interesse pelas informações de mercado proporcionados pelo SIMA ganharam espaço rapidamente em comparação com outras fontes de informações tradicionais do mercado. Os produtores e grossistas são unânimes em destacar sua importância para os seus negócios, mesmo aqueles localizados nos sectores do interior (TABELA 20).

TABELA 20
INTERESSE PELAS INFORMAÇÕES DO SIMA NOS SETORES
GUINÉ-BISSAU - MAIO 95

PRAÇAS	PRODUTORES (%)		GROSSISTAS (%)	
	SIM	NAO	SIM	NAO
BISSAU	100	-	100	-
BIOMBO	100	-	100	-
BAFATÁ	100	-	100	-
GABU	100	-	100	-
CATIO	100	-	100	-
CANCHUNGO	100	-	100	-
FARIM	100	-	100	-
BOLAMA	100	-	100	-

Fonte (Pesquisa)

Ficou evidenciado que o SIMA deve ativar junto aos sectores, principalmente naqueles em que ocorrem os "Lumus", forma tradicional e típica de funcionamento do mercado agropecuário. TABELA 21

TABELA 21
FORMA DE ATUAÇÃO DO SIMA NOS SECTORES
GUINÉ-BISSAU - MAIO 95

PRAÇA	COLETAR (%)		DIVULGAR (%)		DIAS/SEMANA
	SIM	NAO	SIM	NAO	(Nº)
BISSAU	100		100		2
BIOMBO	100		100		1
BAFATÁ	100		100		5
GABU	100		100		1
CATIO	100		100		2
CANCHUNGO	100		100		-
FARIM	100		100		2
BOLAMA	100		100		1

Fonte (Pesquisa)

A experiência desenvolvida mostrou que o desenvolvimento das atividades do SIMA, encontrou dificuldades de execução, que serão objeto de maior atenção na preparação o aperfeiçoamento das equipes de trabalho e dos informantes (TABELA 22).

TABELA 22
DIFICULDADES NA EXECUÇÃO DAS ATIVIDADES DO SIMA
GUINÉ-BISSAU - MAIO 95

PRAÇAS	COLETA		COMPILAÇÃO		INTERCAMBIO		DIVULGAÇÃO	
	SIM	NAO	SIM	NAO	SIM	NAO	SIM	NAO
BISSAU	*			*	*		*	
BIOMBO								
BAFATÁ		*		*	*		*	
GABU		*	*		*			*
CATIO	*		*		*			*
CANCHUNGO								
FARIM		*	*		*		*	
BOLAMA								

Fonte (Pesquisa)

A fase de divulgação das informações foi realizada durante a experiência, utilizando-se Boletim Diário Local pelas agências de Bissau, Catio e de Gabu enquanto funcionou, por telefone pela Bafatá e Farim não procedeu a divulgação das informações produzidas.

O intercâmbio de Bissau para as regionais nos últimos tres meses não estava sendo feito impossibilitando a divulgação das informações de Bissau nas praças interioranas.

3.3 - TREINAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

Conforme programação estabelecida quando do início da operacionalização do SIMA na Guiné-Bissau a etapa seguinte das atividades concentrou-se no treinamento de recursos humanos para o sistema, tanto a nível de execução, como ainda, das instituições promotoras, ANAG e CCIA, aproveitando para capacitar melhor o técnico do TIPS que deverá dar assistência ao SIMA nas suas segunda e terceira fases.

O treinamento foi desenvolvido em duas etapas, constando a primeira de um seminário em que foram apresentados os resultados da pesquisa de avaliação junto à população de usuários, produtores, comerciantes e instituições, em escala nacional. O conhecimento das conclusões da pesquisa mostrou-se extremamente útil na abordagem de assuntos teóricos e práticos na formação da futura equipe do SIMA.

A segunda etapa do treinamento, realizada em regime intensivo durante 20 horas, decorreu sobre o seguinte programa:

- Apresentações
- Objetivos e metas do treinamento
- Histórico do SIMA na Guiné-Bissau
- Finalidades do SIMA
- Estrutura do sistema SIMA : Nacional
Regional
- Informação de mercado : Qualitativa
Quantitativa
- Pesquisa de mercado
 - Planejamento da pesquisa - Âmbito da pesquisa : Mercado interno
Mercado externo
 - Objeto da pesquisa : Produtos da agricultura
Produtos da pecuária
Produtos florestais
Produtos de pesca
 - População de trabalho: Cadastramento - Censo
Informantes - Amostra
 - Execução da pesquisa : Coleta de dados
 - Mercado interno:
Instrumento de coleta (questionário -
planilha)
Elaboração de questionários
Testes de questionários
Roteiro de coleta (plano de trabalho)
Entrevistas pessoais
Vantagens
 - Mercado Externo:
Consultas a documentos
Jornais e revistas especializadas

Entrevistas e solicitações a órgãos internacionais
Tratamento dos dados
Crítica de dados: Quantitativa
Qualitativa
Compilação de dados: Apuração de dados (cálculo de médias, totais, índices de variações e outras estatísticas)
Elaboração de resumos (semanais, quinzenais, mensais e anuais)
Armazenamento de dados (banco de dados) Manual Eletrônico

- Intercâmbio de informações (via)

Rádio de comunicação
Telex
Fax
Correio eletrônico (informática)

- Divulgação das informações

Meios de difusão da informação
Boletim Diário Nacional
Boletim Diário Regional
Boletim Diário Local
Boletim resumo para imprensa
Notícias especiais
Boletim Periódico : resumo semanal (médias)
resumo quinzenal (“)
resumo mensal (“)
resumo anual (“)

Formas de divulgação

Painéis
Serviços de auto-falantes
Noticiários da imprensa
Rádios
Jornais e revistas
TVS.

Todos os tópicos foram abordados inserindo-se questões práticas, visando exercitar os conceitos como também criar dúvidas de modo a melhor sedimentar o conhecimento adquirido, através das soluções apresentadas.

Participaram do treinamento representações de todas as principais “Praças” do mercado agropecuário da Guiné-Bissau, assim discriminadas:

• Responsáveis da CCIA e ANAG

Saliu Embaló

Augusto Fernandes Negado

Sello Djaló

Alage Gilirilo Sidibé

Alage Bamba

• **Inquiridores:**

Bafatá - Adulai Baldé

Biombo - Francisco Yé

Bissau - Gaudêncio F. Pereira

Heitor Campos

Bissorã - Bidé Sanhá

Bolama - Braima Faty

Cachungo - Antonio Carlos B. Taborda

David A. Taborda

Catió - Aissatu Djau

Umaru N'Djai

Farim - Mamadu Salim Djaló

Regina Djanqué Cont

Manuel Abibo Seidi

Gabu - João Mabo Baldé

Sherif Djaló

Tite - João Gobril Faty

Participou, ainda, do treinamento como representante do TIPS/USAID o Engenheiro Albino José Cherno.

Ao fim do treinamento verificou-se que todos os participantes mostraram-se capacitados e motivados para o desempenho das funções de inquiridor e responsável pela coordenação de escritórios do sistema "SIMA". Cumpre destacar a participação do Eng. Albino Cherno preparado para exercer a atividade de supervisor do SIMA a nível nacional.

3.4 - OPERAÇÕES DO SIMA

3.4.1 - ORGANIZAÇÃO DO SISTEMA

As pesquisas de avaliação indicaram que o sistema para atender a demanda dos usuários deve de imediato ser uma cobertura que alcance o interior do país com sedes nas praças de :

Bissau - Agência Nacional - Coordenadora de todo o sistema

Biombo, Bafatá, Gabu, Catió, Cachungo, Farim, Bolama - Agências Regionais, acompanhando a comercialização nas respectivas regiões. Além das Agências Regionais o sistema deve proceder a cobertura dos "Lumus" que se destaquem, designando inquiridores para coletar e divulgar informações quando de suas realizações.

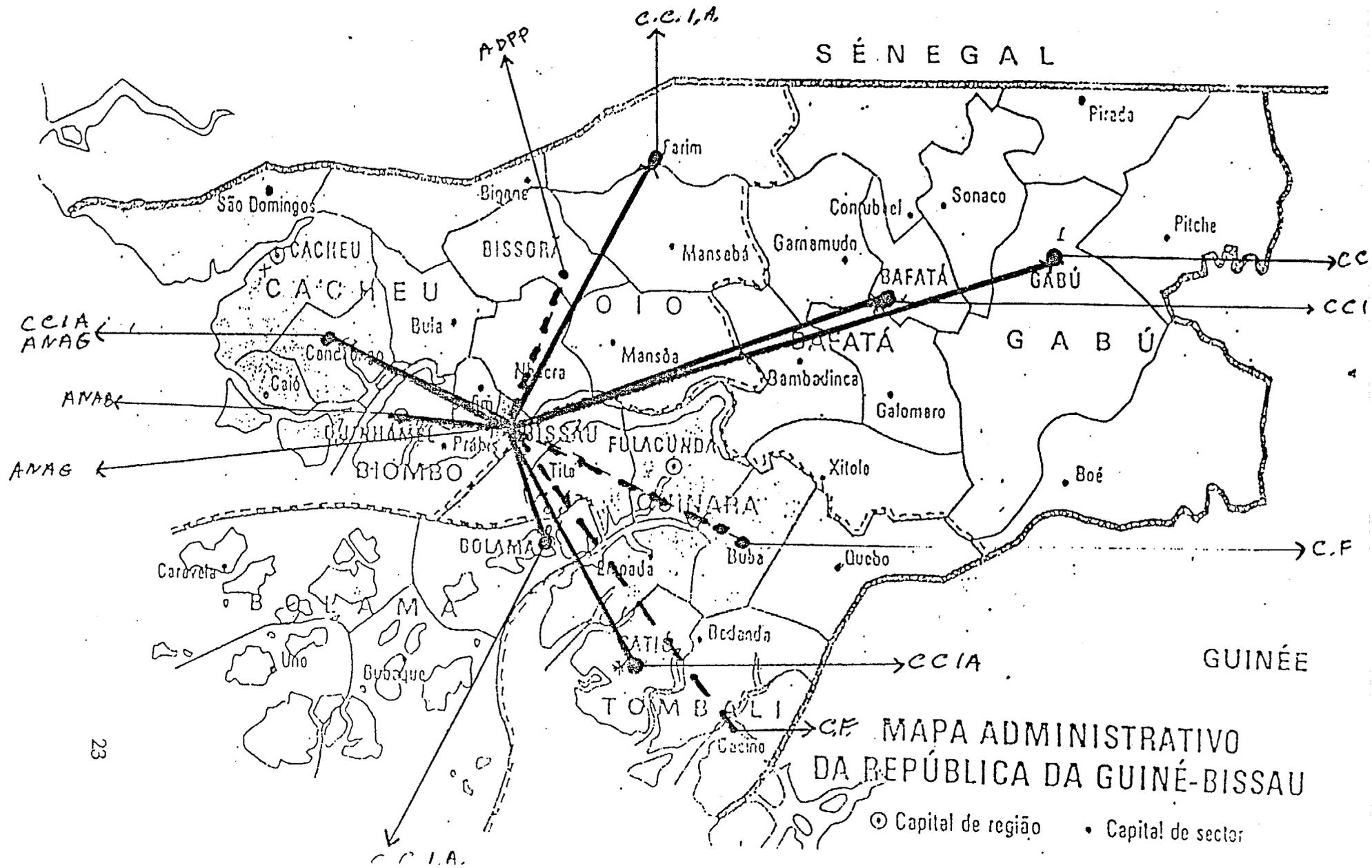
Recomenda-se o aproveitamento de instituições e projetos situados nas localidades dos "Lumus" como colaboradores ou parceiros do SIMA.

3.4.2 - COMPETÊNCIA DAS AGÊNCIAS

A necessidade de consolidar as ações do sistema passa por uma distribuição de competências entre as Agências Nacional e Regionais (ver mapa na próxima página).

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DO SIMA
 LOCALIZAÇÃO AGÊNCIAS NACIONAL E REGIONAIS

1995



MAPA ADMINISTRATIVO
 DA REPÚBLICA DA GUINÉ-BISSAU

⊙ Capital de região • Capital de sector

3.4.2.1 - À AGÊNCIA NACIONAL COMPETE :

- Manter, coordenar e avaliar o Sistema Nacional de coleta, compilação, intercâmbio e divulgação de informação de mercado agrícola capaz de levar aos produtores, compradores, vendedores e consumidores de produtos agropecuários, o oportuno conhecimento das condições, movimento e preços prevaescentes nos mercados.
- Coordenar e supervisionar a coleta de dados, modificando, quando necessário, a sistemática adotada, tendo sempre em vista a uniformização dos trabalhos, em caráter nacional.
- Planejar, orientar e prover as unidades do sistema de equipamentos de comunicação e de informática capazes de atender às necessidades de intercâmbio e processamento de dados, cabendo-lhes, também, traçar as normas referentes ao uso dos referidos equipamentos.
- Intercambiar com organizações internacionais e divulgar, através de publicações, dados sobre a situação do comércio exterior.
- Preparar e propor convênios, protocolos de cooperação e acordos com entidades afins nacionais e internacionais, relativos à informação de mercado agrícola, visando a melhoria de agências, implantação de sub-agências ou qualquer outra forma de execução.
- Manter as necessárias articulações com órgãos e instituições que atuam no setor agrícola.
- Promover ou participar de reuniões, encontros, conferências e seminários de interesse do sistema em nível nacional ou internacional.
- Desenvolver as ações necessárias à obtenção de receitas financeiras, visando tomar o sistema SIMA auto-suficiente.
- Analisar permanentemente os gastos do sistema com vistas à redução de despesas de modo a que opere com custos mínimos, mantendo todavia, as demandas dos usuários.

3.4.2.2 - À AGÊNCIAS REGIONAIS COMPETE:

- Executar as atividades, obedecendo as diretrizes operacionais estabelecidas de coleta, tabulação, análise, intercâmbio e divulgação das informações de mercado agrícola.
- Preencher os documentos de controle e avaliação, e relatórios solicitados pela Agência Nacional.
- Manter entrosamento com órgãos e instituições públicas ou privadas, objetivando fomentar as atividades do sistema na região.

- Dar ciência à ANAG e CClA, sobre toda e qualquer ocorrência que se verifique na região e que possa influir no andamento das atividades do sistema.
- Desenvolver as atividades mediante a elaboração de programas, estimativas orçamentárias, de acordo com as normas e instruções da Agência Nacional, emitindo relatórios técnicos.
- Promover ou participar de reuniões, encontros, conferências e seminários de interesse do sistema.
- Encaminhar periodicamente em tempo hábil, a Agência Nacional todos os Boletins referentes à região.
- Supervisionar, controlar e avaliar as unidades setoriais, envolvendo todas as suas atividades e emitindo relatórios técnicos.

3.4.3 - RECURSOS HUMANO DO SISTEMA SIMA

Considerando que as pesquisas de avaliação indicaram a necessidade de funcionamento de todas as agências, o mais breve possível, faz-se necessário dotar o sistema dos recursos humanos mínimo, aproveitando o pessoal submetido ao treinamento realizado. Assim a equipe do SIMA deverá ser constituída no mínimo por:

AGÊNCIA	COORD	INQUIRIDOR	TOTAL
Bissau	1	2	3
Biombo	-	1	1
Bafatá	1	1	2
Gabu	-	1	1
Catió	-	1	1
Canchungo	-	1	1
Farim	1	1	2
Bolama	-	1	1
TOTAL	3	9	12

Os coordenadores no interior também executarão atividades de coleta de dados.

3.4.4 - ROTEIRO DE ATIVIDADES

As operações do sistema deverão se desenvolver harmonicamente e de forma a atender o objetivo de proporcionar as informações diariamente, em tempo útil.

Em face dos mercados terem previsão de início de funcionamento em mesmo horário nas diferentes "Praças" e a coleta e tratamento dos dados coincidirem, levando as Agências Regionais a demandarem a Agência Nacional para o intercâmbio, possivelmente ao mesmo tempo, a que se instituir roteiros de operações. Assim, propõem-se:

3.4.4.1 - PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS DIÁRIOS - AGÊNCIA NACIONAL

8:00 hs - Abertura do escritório na sede de ANAG, em Bissau. Preparação do relatório do intercâmbio e providências administrativas necessárias aos trabalhos.

8:00 hs - Início das atividades de coleta dos dados da pesquisa nos mercados e no Banco Central. Visita aos principais mercados pelos inquiridores que contactarão os integrantes das amostras, registrando os dados obtidos na planilha de coleta de dados referente a cada grupo de produtos. Estima-se que esta fase dos trabalhos utilize cerca de 2,00 horas.

9:00 hs - Início das atividades de intercâmbio de dados com o recebimento das informações das Agências Regionais, assim programado.

Biombo -----	9,00 hs
Bafatá -----	9,15 hs
Farim -----	9,30 hs
Gabú -----	9,45 hs
Canchungo -----	10,00 hs
Catió -----	10,45 hs
Bolama -----	11,00 hs

Observação: A ordem de contatos das Agências Regionais pode ser alterada. Todavia, todas as informações do intercâmbio devem estar em Bissau entre 9,00 e 11,00 horas. As informações intercambiadas pelas Agências Regionais serão, imediatamente, inseridas no relatório de intercâmbio da sede.

10,00 hs - Início das atividades de compilação dos dados levantados, em Bissau, começando pela crítica quantitativa, e de consistência dos valores contidos nas planilhas, seguindo-se à determinação dos preços de mercado para cada produto em comercialização no dia. Estima-se usar cerca de 1,30 hora nesta fase dos trabalhos.

- 11,20 às 12,20 horas - Envio das informações recebidas e as da região de Bissau para as Agências Regionais, completando desta forma o intercâmbio de dados do dia.

- 11,15 hs - Início do processamento dos dados no computador.

- 12,00 hs - Edição das matrizes do Boletim Diário pelo computador.

- 12,00 hs - Início da multiplicação do exemplar do Boletim na fotocopiadora e divulgação no PAINEL da sede do SIMA/ANAG.

- 12,15 hs - Início da distribuição do Boletim Diário via fax aos usuários cadastrados.

- 12,15 hs - Início do alceamento das folhas, formação dos conjuntos e seu grampeamento.

- 12,30 hs - Início da distribuição aos usuários cadastrados que não dispõem de fax.

- 13,00 hs - Conclusão da distribuição do Boletim Diário via fax.

- 13,00 hs - Início do período de almoço.

- 15,00 hs - Término do intervalo de almoço

- 15,00 às 18,00 hs - Trabalhos relativos a:

1 - Preparação de resumos periódicos

2 - Coleta de dados do mercado externo

3 - Preparação das tabelas de dados do mercado externo

4 - Cálculo da variação dos preços de períodos (semanais, quinzenais e mensais).

5 - Preparação das tabelas de variação de preços.

6 - Manutenção e ampliação do banco de dados

7 - Atividades administrativas.

8 - Controle e aquisição de materiais para agência e para edição dos boletins.

3.4.4.2. - PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS DIÁRIOS - AGÊNCIA REGIONAL

8,00 hs - Abertura dos escritórios das regiões de Biombo, Bafatá, Gabu, Catió, Farim, Canchungo e Bolama. Preparação para execução da pesquisa diária no mercado e do intercâmbio.

8,10 hs - Início das atividades de coleta de dados nos mercados da sede da região, localidade onde está o escritório da Agência Regional do SIMA. Visita aos principais ou a todos os mercados pelo inquiridor que contatará os comerciantes e/ou produtores integrantes da amostra, registrando os dados na planilha de coleta referente a cada grupo de produtos.

9,00 hs - Início das atividades de compilação dos dados levantados, começando pela crítica quantitativa e de consistência dos valores contidos nas planilhas, seguindo-se a determinação dos preços de mercado para cada produto em comercialização no dia.

9,00 hs - Início das atividades de intercâmbio de dados, via fax, com remessa das cotações diárias das Agências Regionais para a Nacional que deverá estar concluída até às 11,00 horas. Espera-se que as Agências Regionais atendam a programação de horários de remessa dos dados, a seguir:

BIOMBO -----	9,00 horas
BAFATÁ -----	9,15 horas
FARIM -----	9,30 horas
GABU -----	9,45 horas

CANCHUNGO -----	10,00 horas
CATIÓ -----	10,45 horas
BOLAMA -----	11,00 horas

Em caso de dificuldades de comunicação a Agência Regional deverá tentar fazer as semanas até às 11,00 horas. Caso não consiga enviar os dados em qualquer outro horário, visto que o banco de dados não pode apresentar falhas, uma vez que os resumos periódicos necessitarão das informações diárias de todas as regiões, mesmo que não tenham constado do Boletim Diário do dia.

11,10 hs - A partir deste horário a Agência Nacional fará a parte final do intercâmbio, remetendo as informações da região de Bissau e as recebidas das outras "Praças" a cada Agência Regional, via fax, procurando seguir a sequência:

BIOMBO -----	11,15 horas
BAFATÁ -----	11,30 "
FARIM -----	11,45 "
GABU -----	12,00 "
CANCHUNGO -----	12:15 "
CATIÓ -----	12:30 "
BOLAMA -----	12:45 "

12,45 hs - Ao receber as informações intercambiadas pela Agência Nacional, cada Regional passará, imediatamente à edição de seu Boletim Diário, preenchendo com máquina de escrever os formulários respectivos. Estima-se que seja gasta com a produção das matrizes do Boletim Diário das Agências Regionais cerca de uma hora.

13:45 hs - Início dos trabalhos de fotocopiar, alcear e montar os exemplares do Boletim, grampeando-os.

14:00 hs - Divulgação das informações no PAINEL instalado nas dependências de cada sede regional do SIMA.

14:00 hs - Início da distribuição do Boletim Diário aos usuários locais, cadastrados, usando sempre que possível o fax.

A adoção destes roteiros de procedimentos tem como meta garantir a distribuição das informações no mesmo dia da realização da pesquisa nos mercados.

Observação : Caso as Agências Regionais e Nacional por qualquer motivo não receba dados intercambiados relativos a outras regiões deverá editar o Boletim Diário com os dados locais em formulário específico. As Agências não deverão deixar de editar o seu Boletim Diário.

3.5 - METODOLOGIA DA PESQUISA DE MERCADO

A população de trabalho da pesquisa é definida através de levantamento cadastral realizado junto aos mercados do produtor e do grossista existentes nas localidades

do âmbito da pesquisa de mercado, considerando-se produto por produto. Este cadastramento é revisado periodicamente, em virtude de, frequentemente, se alterar pelas entradas e saídas de integrantes.

A coleta de dados é realizada junto aos comerciantes e produtores cadastrados, solucionando-se, ao acaso, amostra de integrantes das populações para cada produto objeto da pesquisa. Os elementos do conjunto amostral passam a ser informantes do sistema SIMA, após contatos mantidos pelos inquiridores, quando são esclarecidos os objetivos e finalidades, de modo a que se sintam sensibilizados a elaborar com o SIMA, fornecendo informações fiáveis, pois, em contra partida terão a sua disposição informações de outras "Praças" relativos aos produtos com que esperam. Assim, procura-se manter o conjunto de informantes do produto como parceiro do sistema, embora a qualquer época possa ocorrer a substituição dos mesmos. As amostras, por produto do mercado, possuem tamanho mínimo de 10 (dez) integrantes. Esta ordem de grandeza só não é observada caso o produto não esteja sendo operacionalizado por tal número de integrantes, realizando-se um levantamento censitário com aqueles que estejam operando com o produto no momento da coleta de dados. Assim, registra-se na planilha de coleta de dados o mínimo de 10 cotações, as quais são inicialmente criticadas, qualitativa e quantitativamente, e, a seguir, são compilados ou processados.

A compilação permite a determinação do preço de mercado do produto definido como sendo o valor modal, isto é, o preço mais frequente informado pelos integrantes da amostra inquirida no dia, representando cada produto pesquisado. Há casos em que uma mesma amostra pode ser utilizada por mais de um produto.

As procedências dos produtos são definidas pela maior frequência dos informes obtidos referente às localidades. Caso haja igualdade de frequência para mais de uma origem do produto registra-se as siglas usuais dessas localidades com igual frequência.

A situação de mercado do produto é definida através da comparação de dois preços de mercado consecutivos, tendo-se as seguintes hipóteses:

Mercado firme (FIR) - Quando o preço do dia é maior que o preço do dia anterior.

Mercado estável (EST) - Quando o preço do dia é igual ao preço do dia anterior.

Mercado Fraco (FRA) - Quando o preço do dia é menor que o preço do dia anterior.

Produto ausente (AUS) - Diz-se que o produto está ausente no mercado quando não é encontrado em comercialização.

Preços médios de períodos (semanal, quinzenal, mensal) - Obtidos determinando as médias aritméticas dos preços de mercado do produto no período.

3.5 - PLANO DE NEGÓCIOS

O período experimental de atividades do SIMA mostrou a necessidade de manutenção do sistema SIMA, através de auto-financiamento conseguido com a comercialização das informações produzidas, gerando renda.

3.5.1 - RECEITAS

As instituições promotoras, ANAC e CCIA, para obterem os fundos de que necessitam para o SIMA devem desenvolver ações (contatos) visando criar fontes permanentes de receitas, recomendando-se instituírem:

- Venda de assinaturas - Através de cadastro de assinantes constituído por entidades nacionais e internacionais e pessoas físicas (produtores, comerciantes, técnicos, etc.)
- Vendas avulsas dos Boletins, Nacionais e Regionais.
- Prestação de serviços - Através da venda dos resultados de análises e estudos realizados com os dados das pesquisas mantidos no banco de dados.
- Venda de informações solicitadas por via telefone cobrando por tempo de comunicação, mediante contrato assinado com a Empresa de Telecomunicações. Com o fax pode ser feito algo semelhante, observando que o preço do minuto de comunicação deve ter diferenciação.
- Venda de informações via computador (micro a micro). O preço deverá considerar o custo da ligação além do custo das informações transmitidas.
- Auxílios financeiros - doações recebidas em proporcionadas pelas organizações promotoras, ANAC e CCIA.

Em face da diferença de poder aquisitivo entre os nacionais e estrangeiros cooperantes, existente na Guiné-Bissau sugere-se que inicialmente sejam fixados os seguintes valores para a comercialização da informação:

• Preço da assinatura para:

Nacionais _____ 50.000 PG
Internacionais _____ US\$ 20,00 = 350.000 PG

• Preço do Boletim Diário Avulso

Nacionais _____ 3000 PG
Internacionais _____ US\$ 1,50 = 26.250 PG

(Câmbio: US\$ 1,00 = 17.500 PG).

Os preços da prestação de serviço serão calculados em função das análises e estudos solicitados pelos interessados.

Os preços da comercialização via, telefone, fax e computador depende dos contratos com a empresa de comunicações TELECON.

Considerando as sondagens informais realizadas durante as atividades de instalação dos serviços do SIMA, após a avaliação do período experimental, acredita-se que com um trabalho perseverante e bem realizado pela equipe do SIMA, supervisor do TIPS, coordenadores Nacionais e Regionais e pelos inquiridores, inicialmente sejam conseguidas no mínimo 37 assinaturas entre os nacionais e 20 de organizações internacionais, embaixadas e ONGS, representando uma receita de 8.850.000 PG.

3.5.2 - CUSTOS MÍNIMOS OPERACIONAIS

O funcionamento de todas as unidades do sistema SIMA, requer a complementação da equipe de trabalho, aquisição de material de escritório e de computação, combustível para geradores, serviços de telefone, fax, passagens entre outros gastos. Estima-se que com um gasto mínimo o SIMA atenda os seus usuários. Estes gastos alcançam a 14.778000 PG, distribuídos como mostra a tabela abaixo.

TABELA 23
CUSTO MENSAL MÍNIMO DO SISTEMA SIMA

ITEM	QUANT.	VALOR UNIT.(PG)	TOTAL (PG)	TOTAL US\$
I. CUSTOS				
1.1 Custos Variáveis				
Material de Expediente				
Caixa de agrafos	4	17000	68000	
Caixa de cliques	8	30000	240000	
Resmas de papel A4	2	100000	200000	
Material de impressão				
Resmas de papel A4	20	100000	2000000	
Toners	3	350000	1050000	
Sub-total			3558000	203
1.2 Custos fixos				
Recurso humano				
Bissau				
Resp. edição diária do SIMA	1	500000	500000	
Inquiridores	2	250000	500000	
Regiões				
Inquiridores	9	200000	1800000	
Combustível				
Gasolina p/gerador BXO,L/Mês	120	13000	1560000	
Gasolina p/7 gerad. interior,L/mês	140	13000	1820000	
Serviços				
Fax e telefonemas (BXO-REG-BXO)			3400000	
Manutenção do equipamento SIMA			1000000	
Passagens Interurbanas	64	10000	640000	
Sub-total			11220000	641
1.3 Custos totais			14778000	845

Taxa de Câmbio 17.500 PG = US\$ 1,00

3.5.3 - EQUILÍBRIO OPERACIONAL

O equilíbrio comercial será atingido quando se igualar as receitas com as despesas. Desta forma o fluxo inicial de caixa mostra-se deficitário:

FLUXO DE CAIXA : 8.850.000 - 14.778.000 = -5.928.000 PG equivalentes a US\$ 338.

Assim o ponto de equilíbrio comercial do SIMA será atingido ao serem conseguidas mais:

17 - Assinaturas de órgãos internacionais ou

119 - Assinaturas de entidades ou pessoas nacionais.

Pode-se também ter várias combinações de número de assinaturas de nacionais e de internacionais que cubram o déficit assinalado, alcançando assim o ponto de equilíbrio.

3.6 - IMPLANTAÇÃO DOS SERVIÇOS REESTRUTURADOS

A avaliação do período experimental do SIMA indicou que providências práticas deveriam ser tomadas, principalmente, junto às agências não envolvidas no experimento.

Assim a parte final dos trabalhos foi dedicada a implantação formal das agências de Canchungo e Farim, considerando o aperfeiçoamento e adaptação da estratégia de ação, instalando o fax e geradores de luz, bem como telefones, acompanhado de treinamento em serviço das equipes de inquiridores.

Quanto as agências de Bissau, Bafatá e Gabu, além da consolidação da transferência dos trabalhos para as dependências da ANAG e novas sedes da CCIA, nos dois últimos casos, procedeu-se, também, o treinamento em serviço, conseguindo editar seus boletins diários, em conformidade com os roteiros estabelecidos, comprovando ser possível cumprir o objetivo a que o SIMA se propõe, isto é, divulgar as informações de mercado agrícola, diariamente, e em tempo hábil. Foi providenciada, também, a instalação dos fax, geradores de luz e telefones nas citadas agências.

Considerando a necessidade de complementar a instalação dos equipamentos de comunicação e geração de energia em Bolama, Biombo e Catio, a execução do Treinamento em serviço das equipes recém-formadas ficou a cargo do Engenheiro Agrônomo Albino José Cherno a se realizar no período de 06 à 11 de junho de 1995.

Completada esta fase do treinamento em serviço e instalação de equipamentos o sistema SIMA, a partir de 15 de junho de 1995, passa a executar a pesquisa de mercado ampliada com os novos produtos indicados na avaliação do experimento. Passarão a ser usadas novos modelos de planilha de coleta de relatório de intercâmbio e de boletins diários, cujos matrizes o Sr. Edmundo Vaz do TIPS, ficou encarregado de adaptar, visando sempre a redução dos custos do sistema SIMA.

4 - CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

4.1 - CONCLUSÕES

- A maioria dos usuários da informação de mercado tomaram conhecimento da existência do SIMA.
- A utilização das informações do SIMA ficou 39% dos usuários com cerca de 45% mantendo contato com as unidades do sistema na fase experimental.
- O mercado agrícola da Guiné-Bissau possui outras formas de informar seus interessados, tendo o Boletim do SIMA alcançado a 37% da população mesmo com pequeno esforço de divulgação.
- A necessidade de informações diárias foram evidenciadas por 39% dos usuários, destacando-se as frequências da procura das regiões de Bissau(52%), Bolama (80%) e Farim (60%).
- As informações mais procuradas pelos usuários foram: Preço dos produtos, situação de mercado, procedência dos produtos e câmbio.
- O Boletim do SIMA mostrou-se extremamente útil às atividades desenvolvidas pelos agente do mercado.
- As principais "Praças" do mercado agropecuário encontram-se nas sedes das regiões, representando os principais polos de concentração e distribuição de produtos.
- O intercâmbio das informações assume papel da maior importância para a dinâmica da comercialização de produtos agropecuários.
- As "Praças" secundárias do mercado agrícola são aquelas onde se realizam os "Lumus", identificando-se como mais importantes de São Domingos, Bissorã, Cacine e Buba.
- Os principais parceiros comerciais da Guiné-Bissau são: Portugal, Senegal, Guiné- Conakry, Gâmbia, França e Holanda.
- Há demanda por informações referentes a 72 produtos agropecuários, florestais e da pesca, sendo de caráter nacional as seguintes: carne bovina, carne suína, carne caprina, peixe, manga, banana, laranja, limão, tomate, alface, cebola, pimenta, pimentão, baguiche, cenoura, mandioca, feijão frade, batata doce, mel, óleo de palma, inhame, bovinos, suínos, caprinos, galinha viva, frango vivo, arroz, milho bacil, milho cavalo, milho preto, amendoim, castanha de caju, amêndoa de caju, coconote, óleo alimentar (soja)
- O espaço destinado ao funcionamento do SIMA não era fator impeditivo ao funcionamento das agências. O deslocamento da Agência Nacional da sede da CCIA para a ANAG possibilitou o seu funcionamento sem depender de espaço nos escritórios do TIPS.
- As sedes das unidades do SIMA encontravam-se parcialmente estruturadas, faltando-lhes móveis, utensílios e instalação dos equipamentos de comunicação, embora já adquiridos, prejudicando seus funcionamentos.
- A falta de pessoal qualificado levou a se restringir as atividades do sistema em Gabu e Farim.
- As informações de mercado proporcionadas pelo SIMA ganharam espaço, rapidamente, em comparação com outras fontes de informação tradicionais do mercado.
- Produtores e grossistas são unânimes em destacar a importância das informações do SIMA para as decisões nos seus negócios.

Sistema de Informacao de Mercado Agricola

PESQUISA DE AVALIACAO (1)

DATA: ENDERECO:

CIDADE: NOME:

1. Parte:

- 1- Voce sabe o que significa SIMA? Sim Nao
- 2- Conhece o Sistema SIMA?
- 3- O SIMA ja lhe foi útil? Sim Nao
- 4- Voce ja teve contato com algum Funcionario do SIMA Sim Nao
- 5- Como voce toma conhecimento dos precos dos Produtos Agricolas?
 - Sondagem Pessoal do Mercado
 - Atraves de Corretores ou Agentes de Comercializacao
 - Atraves de Comunicacao com outras Pracas
 - Atraves de Intermediarios
 - Contato directo com Produtores
 - Contato directo com Grossista
 - Atraves da Imprensa
 - Pelo SIMA

2. Parte:

- 1- Voce ja Recebeu o "Boletim Diario" Elaborado Pelo SIMA?
 Sim Nao
- 2- Este "Boletim Diario" Ajuda no Desenvolvimento de suas Atividades?
 Sim Nao
- 3- Quando foi a ultima vez que recebeu o "Boletim Diario" Elaborado pelo SIMA?"
 Nesta Semana Neste Mes Outros
- 4- Voce gostaria de receber o "Boletim Diario" com que frequencia?
 Diaria Mensal Semanal Outros

- A atuação do SIMA nos setores é considerada importante, principalmente, naqueles onde os "Lumus" são destaque.
- A divulgação das informações produzidas pelo sistema foi realizada parcialmente e de forma inadequada.
- O intercâmbio de dados foi prejudicado pela falta de equipamento de telecomunicação eficiente.
- O treinamento ministrado possibilitou a formação de pessoal para atuar no sistema quer como inquiridor, responsável pela agência ou supervisor das atividades gerais do SIMA.

4.2 - RECOMENDAÇÕES

- Recomenda-se inserir nas pesquisas de mercado os produtos demandados pelos usuários em nível nacional.
- Recomenda-se a ampliação do espaço físico destinado pela ANAG para Agência Nacional.
- Recomenda-se a instituição de uma equipe constituída, no mínimo por 3 pessoas em Bissau, 2 em Bafatá, 2 em Farim, 1 em Catió, 1 em Bolama, 1 em Canchungo, 1 em Gabu, selecionada dentre os participantes do treinamento.
- Recomenda-se o desenvolvimento das atividades do SIMA em conformidade com as competências das agências nacional e Regionais.
- Recomenda-se a adoção dos roteiros diários de atividades com vistas a edição e distribuição do Boletim Diário ao início do expediente da tarde.
- Recomenda-se realizar o maior esforço possível para a execução do intercâmbio da Agência Nacional para as Regionais com vistas à divulgação das informações de Bissau nos Boletins das Agências do interior.
- Recomenda-se a adoção e inserção no verso da capa dos Boletins do resumo da metodologia da pesquisa usada, constante do item 3.5 deste relatório.
- Recomenda-se a adoção da comercialização das informações de mercado agrícola, publicadas pelo SIMA, visando tornar o sistema auto-financeável.
- Recomenda-se à equipe do SIMA, executores e promotores, despender o maior esforço possível na obtenção de uma receita mínima equivalente aos custos iniciais, através, principalmente da venda de assinaturas e números avulsos de Boletim.
- Recomenda-se o maior esforço possível no sentido de que os custos iniciais do sistema não ultrapasse os 14.778.000 PG = US\$ 845.00, mensais.
- Recomenda-se a complementação até 11 de junho de 1995 da estruturação das agências, treinamento em serviço de pessoal, bem como da formulação de novos modelos de formulários de coleta, intercâmbio e Boletins.
- Recomenda-se a designação formal do Engenheiro Albino José Chernó para executar a supervisão do sistema SIMA dedicando tempo parcial as suas atividades.
- Recomenda-se iniciar os trabalhos do SIMA com todos os produtos cujas informações são desenvolvidas, a nível nacional, pelos usuários em 15 de junho de 1995.

~~34~~

35

SISTEMA DE INFORMACAO DE MERCADO AGRICOLA

PESQUISA DE AVALIACAO (2)

DATA:

CIDADE:

NOME DO INFORMANTE:

INSTITUICAO RESPONSAVEL PELO ESCRITO DO SIMA: CCIA ANAG

1ª Parte

Instalacoes Existentes

Nº. de Salas _____ Area Total _____

Necessita de Area Maior? Sim Nao

Em Quantas Salas? _____

2ª Parte

Moveis e Utencilios Disponiveis

	No.	Estado de Consevacao		
Mesas:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cadeiras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arquivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mal
Armarios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mal
Estantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mal
Furador	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mal
Grampea.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mal

Estes Moveis sao suficientes para o funcionamento normal do SIMA?

Sim Nao

O que esta faltando: (Especificar)

3ª Parte

<u>Equipamentos Disponiveis</u>	<u>Quantidade</u>	<u>Estado de Conservacao</u>		
Maquina de Escrever	-----	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mal
Maquina de Calcular	-----	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mal
Telefone	-----	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mal
Fax	-----	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mal
Radio Comunicacao	-----	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mal
Micro Computador	-----	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mal
Impressora	-----	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mal
Fotocopiadora	-----	<input type="checkbox"/> Bom	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mal

Estes equipamentos sao suficientes para o funcionamento normal do SIMA?

Sim Nao

O que esta faltando: (Especificar)

4ª Parte

O SIMA possui transpote proprio para deslocamento dos Inquiridores?

Sim Nao

<u>Pessoal Disponivel</u>	<u>No.</u>	<u>Formacao</u>
Pessoal de Escritorio	-----	-----
Inquiridores:	-----	-----
Outros(Especificar)	-----	-----
-----	-----	-----
-----	-----	-----

O Recurso Humano é suficiente para a Execução normal dos trabalhos?

Se não Justificar: _____

Quantos Pessoas Necessita mais? (Especificar)

Escritorio: _____ Funcao: _____

Inquiridor: _____

5ª Parte

Possui na Equipa Funcionario Especifico para divulgacao das Informacoes:

Tem dificuldades na coleta de dados? Sim Nao

Quais? _____

Tem dificuldades na Compilacao das Informacoes: Sim Nao

Quais? _____

Tem dificuldades no Intercambio nas Informacoes: Sim Nao

Quais? _____

Tem dificuldades na Divulgacao das Informacoes: Sim Nao

Como é feita a Divulgacao do SIMA na Regiao? _____

Os Produtores e Grossistas dos Sectores se Interessam pelas Informacoes do SIMA:

Sim Nao

Em sua Opinio o SIMA deve Coleta e Divulgar Informacoes nos Sectores

Sim Nao

Em caso Afirmativo quantas vezes por Semana.

O Elenco de Produtos Constantes no Boletim Satisfaz aos usuarios:

Sim Nao

Se nao quais os Produtos a Incluir na pesquisa do SIMA? (Especificar)

Data: _____ / _____ / 95

Assinatura do Inquiridor:

SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÃO DE MERCADO AGRICOLA- SIMA
C.C.I.A/A.N.A.G
COTAÇÕES DE PREÇOS

DATA:

NIVEL DE MERCADO:

AGENCIA:

PRODUTOS	UNID	COTACOES INFORMADAS (1000 PG)	PREÇOS DO MERCADO		SITUACAO	PROCEDENCIA
			DO DIA	ANTERIOR		
GALINHAS VIVA						
PEQUENAS	KG					
MEDIAS	KG					
GRANDES	KG					
FRANGOS VIVO						
PEQUENOS	KG					
MEDIOS	KG					
GRANDES	KG					
CARNE BOVINA						
1ª (Traseiro)	KG					
2ª (Dianteiro)	KG					
CARNE SUINA	KG					
CARNE CAPRINA	KG					

INQUIRIDOR:

NOME: _____

ASSINATURA: _____

012

SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÃO DE MERCADO AGRICOLA- SIMA

C.C.I.A/A.N.A.G

COTAÇÕES DE PREÇOS

DATA: _____ NIVEL DE MERCADO: _____ AGENCIA: _____

PRODUTOS	UNID	COTACOES INFORMADAS (1000 PG)										PREÇOS DO MERCADO		SITUACAO	PROCEDENCIA
												DO DIA	ANTERIOR		
BOVINO															
MACHOS DE 1 ANO	KG														
MACHOS DE 2 ANO	KG														
MACHOS DE 3 ANO	KG														
MACHOS DE 4 ANO	KG														
MACHOS DE 5 ANO	KG														
MACHOS DE + 5 ANO	KG														
FEMEA DE 1 ANO	KG														
FEMEA DE 2 ANO	KG														
FEMEA DE 3 ANO	KG														
FEMEA DE 4 ANO	KG														
FEMEA DE 5 ANO	KG														
FEMEA DE + 5 ANO	KG														
FEMEA DE 1 ANO	KG														
SUINOS DE 3 MESES	KG														
SUINOS DE 6 MESES	KG														
SUINOS DE + 6 MESES	KG														

INQUIRIDOR:
NOME: _____

ASSINATURA: _____

16

SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÃO DE MERCADO AGRICOLA- SIMA
C.C.I.A/A.N.A.G
COTAÇÕES DE PREÇOS

DATA: _____ NIVEL DE MERCADO: _____ AGENCIA: _____

PRODUTOS	UNID	COTACOES INFORMADAS (1000 PG)	PREÇOS DO MERCADO		SITUACAO	PROCEDENCIA
			DO DIA	ANTERIOR		
PRODUTOS FLORESTAIS						
OLEO DE PALMA	KG					
MEL	KG					
FRUTAS						
BANANAS	KG					
LARANJAS	KG					
LIMÕES	KG					
MANGO SERRALEOA	KG					
MANGO DA INDIA	KG					
MANGO DA TERRA	KG					
MANGO DA FACA	KG					

INQUIRIDOR:

NOME: _____

ASSINATURA: _____

42

**SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÃO DE MERCADO AGRICOLA- SIMA
C.C.I.A/A.N.A.G
COTAÇÕES DE PREÇOS**

DATA: _____ NIVEL DE MERCADO: _____ AGENCIA: _____

PRODUTOS	UNID	COTACOES INFORMADAS (1000 PG)										PREÇOS DO MERCADO		SITUACAO	PROCEDENCIA	
												DO DIA	ANTERIOR			
CEREAIS																
ARROZ C/CASCA	KG															
ARROZ S/CASCA	KG															
ARROZ IMPORTADO	KG															
BAIXA QUALIDADE	KG															
MEDIA QUALIDADE	KG															
BOA QUALIDADE	KG															
MILHO BACIL ESPIGA	KG															
MILHO BACIL GRAOS	KG															
MILHO CAVALO	KG															
MILHO PRETO	KG															
FEIJAO FRADE	KG															
FARINHA DE TRIGO	KG															
OLEO ALIMENTAR	KG															

INQUIRIDOR:
NOME: _____

ASSINATURA: _____

53

SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÃO DE MERCADO AGRICOLA- SIMA
C.C.I.A/A.N.A.G
COTAÇÕES DE PREÇOS

DATA:

NIVEL DE MERCADO:

AGENCIA:

PRODUTOS	UNID	COTACOES INFORMADAS (1000 PG)	PREÇOS DO MERCADO		SITUACAO	PROCEDENCIA
			DO DIA	ANTERIOR		
HORTALIÇAS						
TOMATE GRANDE	KG					
TOMATE PEQUENO	KG					
CEBOLA	KG					
REPOLHO	KG					
CENOURA	KG					
PIMENTA MALAGUETA	KG					
PIMENTAO	KG					
ALFACE	KG					
BAGUICHE	KG					

INQUIRIDOR:

NOME: _____

ASSINATURA: _____

SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÃO DE MERCADO AGRICOLA- SIMA
C.C.I.A/A.N.A.G
COTAÇÕES DE PREÇOS

DATA: _____ NIVEL DE MERCADO: _____ AGENCIA: _____

PRODUTOS	UNID	COTACOES INFORMADAS (1000 PG)	PREÇOS DO MERCADO		SITUACAO	PROCEDENCIA
			DO DIA	ANTERIOR		
PESCADO						
PEIXE FRESCO	KG					
	KG					
	KG					
	KG					
	KG					
	KG					
	KG					
PEIXE SECO	KG					
PEIXE FUMADO	KG					
CAMARAO FRESCO	KG					
PEQUENO	KG					
MEDIO	KG					
GRANDE	KG					

INQUIRIDOR:
 NOME: _____

ASSINATURA: _____

15

SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÃO DE MERCADO AGRICOLA- SIMA
C.C.I.A/A.N.A.G
COTAÇÕES DE PREÇOS

DATA: _____ NIVEL DE MERCADO: _____ AGENCIA: _____

PRODUTOS	UNID	COTACOES INFORMADAS (1000 PG)										PREÇOS DO MERCADO		SITUACAO	PROCEDENCIA
												DO DIA	ANTERIOR		
TUBERCULOS, RAIZES E AMENDOAS															
AMENDOIM C/CASCA	KG														
AMENDOIM S/CASCA	KG														
INHAME	KG														
BATATA DOCE	KG														
CASTANHA DE CAJU	KG														
AMENDOAS DE CAJU	KG														
BRANCA INTEIRA	KG														
BRANCA PARTIDA	KG														
TORRADA INTEIRA	KG														
TORRADA PARTIDA	KG														
MANDIOCA	KG														

INQUIRIDOR:
 NOME: _____

ASSINATURA: _____

46

SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÃO DE MERCADO
AGRICOLA- SIMA
C.C.I.A/A.N.A.G
RELATORIO DE INTERCAMBIO

DATA:

NIVEL DE MERCADO:

AGENCIA:

PRODUTOS	UNID	SITUAÇÃO DO MERCADO	PREÇO DE MERCADO	PROCEDENCIA
Data da Pesquisa:				
Fonte:(1)				
GALINHAS VIVA				
PEQUENAS	KG			
MEDIAS	KG			
GRANDES	KG			
FRANGOS VIVO				
PEQUENOS	KG			
MEDIOS	KG			
GRANDES	KG			
CARNE BOVINA				
1ª (Traseiro)	KG			
2ª (Dianteiro)	KG			
CARNE SUINA	KG			
CARNE CAPRINA	KG			
MACHOS DE 1 ANO	KG			
MACHOS DE 2 ANO	KG			
MACHOS DE 3 ANO	KG			
MACHOS DE 4 ANO	KG			
MACHOS DE 5 ANO	KG			
MACHOS DE + 5 ANO	KG			
FEMEA DE 1 ANO	KG			
FEMEA DE 2 ANO	KG			
FEMEA DE 3 ANO	KG			
FEMEA DE 4 ANO	KG			
FEMEA DE 5 ANO	KG			
FEMEA DE + 5 ANO	KG			
SUINO	KG			
SUINOS DE 3 MESES	KG			
SUINOS DE 6 MESES	KG			
SUINOS DE + 6 MESES	KG			

(1)- Sub-Agencia

INQUIRIDOR:

(*) Amendoas, Tuberculos e Raizes

NOME: _____

**SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÃO DE MERCADO
AGRICOLA- SIMA
C.C.I.A/A.N.A.G
RELATORIO DE INTERCAMBIO**

DATA:

NIVEL DE MERCADO:

AGENCIA:

PRODUTOS	UNID	SITUAÇÃO DO MERCADO	PREÇO DE MERCADO	PROCEDENCIA
Data da Pesquisa:				
Fonte:(1)				
CEREAIS E DIVERSOS				
ARROZ C/CASCA	KG			
ARROZ S/CASCA	KG			
ARROZ IMPORTADO	KG			
BAIXA QUALIDADE	KG			
MEDIA QUALIDADE	KG			
BOA QUALIDADE	KG			
MILHO BACIL ESPIGA	KG			
MILHO BACIL GRAOS	KG			
MILHO CAVALO	KG			
MILHO PRETO	KG			
FEIJAO FRADE	KG			
FARINHA DE TRIGO	KG			
OLEO ALIMENTAR	KG			
HORTALIÇAS				
TOMATE GRANDE	KG			
TOMATE PEQUENO	KG			
CEBOLA	KG			
REPOLHO	KG			
CENOURA	KG			
PIMENTA	KG			
PIMENTAO MALAGUETA	KG			
ALFACE	KG			
BAGUICHE	KG			

(1)- Sub-Agencia

INQUIRIDOR:

(*) Amendoas, Tuberculos e Raizes

NOME: _____

CRB

SISTEMA NACIONAL DE INFORMAÇÃO DE MERCADO AGRICOLA- SIMA

PREÇOS DE PRINCIPAIS PRODUTOS EM DESTAQUE

DATA:

AGENCIA	Arroz	Arroz Importado			Farinha de Trigo	Oleo Vegetal	Castanha de Caju	Amendoas de Caju			
	Nac.	Boa	Media	Baixa				Branca Inteira	Branca Partida	Torrada Inteira	Torrada Partida
	PG/KG	PG/KG	PG/KG	PG/KG							
BISSAU											
BIOMBO											
BAFATA											
CATIO											
CANCHUNGO											
GABU											
FARIM											
BOLAMA											

Cambio (PG)

DIVISA	Mercado Oficial		Mercado Livre	
	Compra	Venda	Compra	Venda
US \$				
FRF				
CFA				
PTE				
DALAS				
FRG				
FLORIM				
CHINA				

RELAÇÕES DE TROCA: EQUIVALENCIA C/ARROZ (Kg)

Região/Sect.	Equivalência C/Arroz (Kg)							
	Bissau	Biombo	Bafata	Catio	Bolama	Gabu	Farim	Canchungo
Produtos								
Cast. Caju								
Amendoim								
Oleo Palma								
Tabaco								
Mel								
Aguardente								
Peixe								

66

SIMA - Sistema Nacional de Informação de Mercado Agrícola

AGENCIA NACIONAL DE BISSAU PREÇOS NO MERCADO DO PRODUTOR

Nº

Data:

Página: 04

PRODUTOS	COTAÇÕES NO MERCADO DO PRODUTOR							
	Bissau	Biombo	Bafata	Catio	Bolama	Gabu	Farim	Canchungo
GALINHAS VIVA								
PEQUENAS								
MEDIAS								
GRANDES								
FRANGOS VIVO								
PEQUENOS								
MEDIOS								
GRANDES								
BOVINO VIVO								
MACHOS DE 1 ANO								
MACHOS DE 2 ANO								
MACHOS DE 3 ANO								
MACHOS DE 4 ANO								
MACHOS DE 5 ANO								
MACHOS DE + 5 ANO								
FEMEA DE 1 ANO								
FEMEA DE 2 ANO								
FEMEA DE 3 ANO								
FEMEA DE 4 ANO								
FEMEA DE 5 ANO								
FEMEA DE + 5 ANO								
SUINO VIVO								
SUINOS DE 3 MESES								
SUINOS DE 6 MESES								
SUINOS DE + 6 MESES								

50

SIMA - Sistema Nacional de Informação de Mercado Agrícola

AGENCIA NACIONAL DE BISSAU PREÇOS NO MERCADO DO PRODUTOR

Nº

Data:

Página: 01

PRODUTOS	COTAÇÕES NO MERCADO DO PRODUTOR							
	Bissau	Biombo	Bafata	Catio	Bolama	Gabu	Farim	Canchungo
CEREAIS E DIVERSOS								
ARROZ C/CASCA								
ARROZ S/CASCA								
ARROZ IMPORTADO								
BAIXA QUALIDADE								
MEDIA QUALIDADE								
BOA QUALIDADE								
MILHO BACIL ESPIGA								
MILHO BACIL GRAOS								
MILHO CAVALO								
MILHO PRETO								
FEIJAO FRADE								
FARINHA DE TRIGO								
OLEO ALIMENTAR								
HORTALIÇAS								
TOMATE GRANDE								
TOMATE PEQUENO								
CEBOLA								
REPOLHO								
CENOURA								
PIMENTA MALAGUETA								
PIMENTAO								
ALFACE								
BAGUICHE								

5
1



SIMA - Sistema Nacional de Informação de Mercado Agrícola

AGENCIA NACIONAL DE BISSAU PREÇOS NO MERCADO GROSSISTA

Nº

Data:

Página: 01

PRODUTOS	COTAÇÕES NO MERCADO GROSSISTA							
	Bissau	Biombo	Bafata	Catio	Bolama	Gabu	Farim	Canchungo
GALINHAS VIVA								
PEQUENAS								
MEDIAS								
GRANDES								
FRANGOS VIVO								
PEQUENOS								
MEDIOS								
GRANDES								
BOVINO VIVO								
1ª (Traseiro)								
2ª (Dianteiro)								
CARNE SUINA								
CARNE CAPRINA								
MACHOS DE 1 ANO								
MACHOS DE 2 ANO								
MACHOS DE 3 ANO								
MACHOS DE 4 ANO								
MACHOS DE 5 ANO								
MACHOS DE + 5 ANO								
FEMEA DE 1 ANO								
FEMEA DE 2 ANO								
FEMEA DE 3 ANO								
FEMEA DE 4 ANO								
FEMEA DE 5 ANO								
FEMEA DE + 5 ANO								
SUINO VIVO								
SUINOS DE 3 MESES								
SUINOS DE 6 MESES								
SUINOS DE + 6 MESES								

55

SIMA - Sistema Nacional de Informação de Mercado Agrícola

AGENCIA NACIONAL DE BISSAU PREÇOS NO MERCADO GROSSISTA

Nº

Data:

Página: 02

PRODUTOS	COTAÇÕES NO MERCADO GROSSISTA							
	Bissau	Biombo	Bafata	Catio	Bolama	Gabu	Farim	Canchungo
CEREAIS E DIVERSOS								
ARROZ C/CASCA								
ARROZ S/CASCA								
ARROZ IMPORTADO								
BAIXA QUALIDADE								
MEDIA QUALIDADE								
BOA QUALIDADE								
MILHO BACIL ESPIGA								
MILHO BACIL GRAOS								
MILHO CAVALO								
MILHO PRETO								
FEIJAO FRADE								
FARINHA DE TRIGO								
OLEO ALIMENTAR								
HORTALIÇAS								
TOMATE GRANDE								
TOMATE PEQUENO								
CEBOLA								
REPOLHO								
CENOURA								
PIMENTA MALAGUETA								
PIMENTAO								
ALFACE								
BAGUICHE								

54



SIMA - Sistema Nacional de Informação de Mercado Agrícola

AGENCIA NACIONAL DE BISSAU PREÇOS NO MERCADO GROSSISTA

Nº

Data:

Página:

PRODUTOS	COTAÇÕES NO MERCADO GROSSISTA							
	Bissau	Biombo	Bafata	Catio	Bolama	Gabu	Farim	Canchungo
TUBERCULOS, RAIZES, E AMENDOAS								
AMENDOIM C/CASCA								
AMENDOIM S/CASCA								
BATATA DOCE								
INHAME								
CASTANHA DE CAJU								
AMENDOAS DE CAJU								
BRANCA INTEIRA								
BRANCA PARTIDA								
TORRADA INTEIRA								
TORRADA PARTIDA								
MANDIOCA								
PESCADO								
EIXE FRESCO								
EIXE SECO								
EIXE FUMADO								
AMARAO SECO								
QUENO								
EDIO								
GRANDE								

57

BISSAU ___/___/1995

SENHOR UTENTE

Após cerca de um ano em edição o Boletim Diário do SIMA (sistema nacional de informação de mercado agrícola), implantado experimentalmente na Guiné-Bissau, em 1994, vem de sofrer uma avaliação.

A oportunidade que se apresentou serviu para analisar métodos e procedimentos postos em prática, obter respostas quanto ao funcionamento da infra-estrutura existente, principalmente no que diz respeito às comunicações.

Possibilitou também que fossem ouvidas pessoas (produtores e comerciantes) e instituições (públicas e privadas), nacionais e internacionais, relativamente ao serviço que lhes foi oferecido e suas demandas.

Assim, resultou das análises da pesquisa realizada, em todas as regiões do país, maior número de produtos no objeto da pesquisa, bem como a ampliação do âmbito da mesma que alcançará as sedes de todas as regiões da Guiné-Bissau.

No momento em que o Boletim Diário do SIMA volta a circular, esclarecemos que em virtude da necessidade de reestruturar as unidades operacionais, algumas Agências Regionais necessitam de maior período de adaptação a nova realidade do sistema, só participando do intercâmbio a partir da 2ª quinzena de junho.

Assim, esperamos que as providências em andamento realmente tornem o boletim Diário SIMA mais útil aos seus usuários, quer produtores, comerciantes ou instituições.

Aproveitando o ensejo informamos, ainda, que para dar nova conotação ao sistema e seu Boletim Diário os custos que envolvem a sua manutenção serão acrescidos, passando a ter necessidade de ser subsidiado por assinaturas ao preço de _____ mensais.

Na certeza de que V.S. entende situações dessa natureza, contamos com o seu pedido de assinante com brevidade, visto ter se mostrado um dos mais interessados nas informações de mercado agrícola.

Atenciosamente.

56