



REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

Discurso de Sua Excelência Filipe Jacinto Nyusi, Presidente da República de Moçambique por Ocasão do Lançamento da Campanha de Comercialização Agrícola 2020.

Manhiça, 19 de Junho de 2020

Senhor Ministro da Indústria e Comércio;

Senhor Ministro da Agricultura e Desenvolvimento Rural;

Senhor Vice-Ministro da Indústria e Comércio;

Senhora Secretária de Estado da Província de Maputo;

Senhor Governador da Província de Maputo;

Senhora Administradora do Distrito da Manhica;

Ilustres Representantes Líderes Comunitários;

Estimados Parceiros de Cooperação;

Ilustres Parceiros do Sector Privado e Representantes da Sociedade Civil;

Caros Operadores e Intervenientes da Cadeia de Valor de Comercialização Agrícola;

Minhas Senhoras e Meus Senhores!

Estamos aqui, hoje, para dar o início oficial da primeira campanha de comercialização agrícola deste novo ciclo de governação.

Tal como dissemos no nosso manifesto eleitoral, agora materializado no Programa Quinquenal do Governo, a agricultura continua a ser o sector económico chave para o desenvolvimento de Moçambique. Por esta razão, permitam-me, antes de mais, uma saudação a todo o povo heróico moçambicano. Uma saudação especial aos principais intervenientes em todas as fases da Cadeia de Comercialização Agrícola.

É da agricultura que obtemos a nossa comida, que quando falta, põe em causa o normal desenvolvimento do fator de produção mais importante - o Homem.

É no campo onde vive e trabalha a maioria do nosso povo. É do campo donde saem os produtos que exportamos como o caju, açúcar, gergelim, feijão bóer, algodão, tabaco, macadâmia, que nos trazem divisas que a nossa economia precisa, para importarmos o que não produzimos.

No nosso país, a produção agrícola é feita fundamentalmente por três grupos sociais nomeadamente: **sector empresarial, cooperativo/associativo e o sector familiar** com aproximadamente 3.5 Milhões de agregados familiares.

O sector familiar é o responsável pela maioria de produtos que consumimos e exportamos, mas é este sector que menos beneficia do esforço de produção porque enfrenta muitas dificuldades no seu relacionamento com o mercado.

Os valores que recebem pela sua produção são baixos, o que afeta a renda familiar e consequentemente a qualidade de vida, mantendo-se na pobreza cíclica e estrutural. É por tudo isto que queremos mudar.

A afirmação de que a agricultura é a base do nosso desenvolvimento e a indústria o factor dinamizador, tem um sentido e alcance profundo de mudanças estruturais.

A comercialização agrícola que, hoje, lançamos desempenha um papel crucial no processo económico e tem implicações imediatas no processo produtivo nacional.

A comercialização agrícola não consiste apenas na venda da produção em determinado mercado.

Ela é mais do que isto, sendo caracterizada como um processo contínuo e organizado de encaminhamento da produção agrícola ao longo de um canal ou sistema de comercialização, onde o produto sofre transformações, diferenciações e agregação de valor.

A Comercialização Agrícola consiste fundamentalmente na aquisição de excedentes agrícolas dos produtores pelos comerciantes, armazenistas e industriais, permitindo a ligação entre a produção e o mercado.

Quebra a dicotomia **rural-urbano**, gera poder de compra aos pequenos produtores rurais, e propicia, deste modo, a inclusão das famílias produtoras de baixa renda no mercado de bens e serviços.

O processo descrito acima traduz-se por relações comerciais, dando forma a *Cadeias de Valor*, sobre as quais importa salientar, tendo como epicentro no ponto de partida o “**Produtor Agrícola**”.

A cadeia de valor liga directamente aos mercados consumidores no contexto nacional, ou no mercado externo, num circuito que envolve o transporte dos produtos.

Nesta relação, destacam-se as feiras agrícolas e os mercados nas zonas de aglomeração urbana.

Este processo incorpora a cadeia de agro-negócios, como as moageiras, as unidades de descasque de arroz, as fábricas de amêndoa, dentre outros, para posterior colocação no mercado, incluindo a exportação.

No que diz respeito à aquisição de matérias-primas, o armazenamento de *stocks* torna-se um elemento crucial para manter a capacidade produtiva daquelas unidades industriais durante vários meses do ano.

No caso de vegetais e frutas, assim como as amêndoas processadas, a cadeia de valor inclui as grandes superfícies urbanas, os supermercados, geralmente com

enfoque para segmentos de mercado de alto valor acrescentado, sendo de realçar, o segmento de Hotéis, Restaurantes e Cafés, (conhecido por *HORECA*).

Minhas Senhoras e Meus Senhores!

O lançamento da Campanha de Comercialização Agrícola ganha um significado muito profundo para o nosso país. Toca primordialmente a agricultura, um sector que contabiliza o maior peso no nosso Produto Interno Bruto e que afecta milhares de famílias Moçambicanas e a sua importância não se resume somente a estas duas dimensões.

O crescimento do Produto Interno Bruto no primeiro trimestre de 2020 é estimado em 1.7%, impulsionado em grande medida pelo sector agrícola.

Face à recessão da economia global e o atrofamento do canal de exportação, o sector agrícola revelou-se resiliente e fortemente interligado com as dinâmicas de absorção do mercado doméstico.

Durante o primeiro trimestre do ano em curso, foram comercializadas 789. 533 toneladas de produtos diversos, representando uma redução na ordem de 38.4%, em relação ao mesmo período de 2019, e uma realização de 5.3% em linha com a meta projectada antes da pandemia COVID-19.

Refira-se que a variação homóloga negativa, esconde a variação positiva de alguns produtos, nomeadamente:

- A mandioca, com registo de aumento em 13.1%, correspondente a 7.904.433 Toneladas comercializadas;
- O feijão, com crescimento de 54.8%, cifrando-se num volume de 865.386 Toneladas;
- O amendoim com volume comercializado de 460.766, representando um acréscimo de 64.6%;
- As hortícolas e batata doce, com aumento em 99.4%, num volume que se cifra em 1.756.533 Toneladas.

Esta tendência mostra claramente que o nosso povo, não obstante as diversidades, tem a maior consciência de que é só com Trabalho, Trabalho, Trabalho que se podem vencer todos os obstáculos à nossa frente.

Na presente Campanha 2019/2020, prevê-se a comercialização de 14.8 milhões de toneladas de produtos diversos, o equivalente a uma subida de 6.5%, comparativamente à meta da campanha 2018/2019 que foi de 13.9 milhões de toneladas.

Desta previsão: 24% são cereais; 8.9% leguminosas; 11.8% Hortícolas; 53% Raízes e Tubérculos e 0.84% oleaginosas.

Moçambicanos!

Reconhecemos que a Comercialização agrícola, na sua amplitude de Cadeia de valor, enfrenta vários constrangimentos.

Temos consciência de que o nosso sistema de comercialização agrícola enfrenta dificuldades e é economicamente ineficiente, com grandes distorções de mercado, nomeadamente, monopólio, grande número de pequenos intermediários com dificuldades de capital, altos custos de transporte, o que prejudica tanto os produtores como consumidores.

Neste ciclo de governação que agora iniciamos, olhamos para a produção e comercialização agrícola como um **agronegócio** que vem a ser “**a soma total das operações de produção e distribuição de factores de produção agrícolas, das operações de produção nas unidades agrícolas de todos tamanhos, do armazenamento, processamento e distribuição dos produtos agrícolas e itens produzidos a partir deles**”.

O aumento da capacidade de armazenamento, conservação e redução das perdas de pós-colheita continua um problema. Por isso é que encorajamos parcerias público-privadas de gestão de silos existentes no país.

O sub-aproveitamento de infra-estruturas de **Armazenamento e conservação**, dispersão geográfica em relação às zonas de produção e custos de armazenamento inoportáveis pelos produtores de pequena dimensão são parte de constrangimentos.

O Custo de transporte, especialmente das zonas de grande produção, como Tete, Zambézia, Nampula, Cabo Delgado e Niassa, dificulta a colocação de produtos agrícolas nas províncias de alto consumo e deficitárias, incluindo a venda às indústrias localizadas no Sul do país, assim como o estado precário das vias de acesso.

No computo geral, esta situação implica preços elevados no mercado de consumo que, pela pressão concorrencial, resulta no sacrifício das margens de venda dos pequenos produtores.

A Falta de Linhas de Crédito com condições adequadas ao perfil de risco da actividade agrícola, associada a pacotes de colaterais comercialmente aceitáveis, e que propiciem investimentos em equipamentos e infra-estruturas, é outro constrangimento.

A Qualidade derivada da ausência de um padrão uniforme de alguns produtos, especialmente no que concerne à humidade de acordo com os parâmetros recomendados, não sendo possível o seu consumo como matéria-prima industrial, **justifica a** quebra de uma Cadeia de valor importante.

Minhas Senhoras e Meus Senhores!

A nossa estratégia integrada visa soluções sustentáveis num quadro que confira maior competitividade a toda a cadeia de valor. Neste caso particular, permitam-me, tecer breves considerações:

Primeiro: Sobre a **conservação e segurança alimentar**, as medidas têm por base as parcerias-público-privadas que impulsionem o uso dos complexos de silos já construídos através do Instituto de Cereais de Moçambique.

O uso de silos, por exemplo, acrescenta a qualidade do produto ao comprador de último recurso, permitindo a prática de preço “justo” e o equilíbrio entre a procura e a oferta.

Segundo: Sobre a **industrialização e a competitividade**, numa perspectiva de cadeia de valor, ressaltamos o papel da cabotagem marítima, recentemente reintroduzida, que permitirá reduzir os custos de transporte, cujo peso torna a aquisição pelos grandes industriais menos competitiva;

Terceiro: Sobre as soluções de **financiamento**, apresenta-se o Fundo Rotativo de Comercialização Agrícola e linhas específicas de financiamento de apoio ao sector familiar, em colaboração com o Sector Privado, Parceiros de Desenvolvimento e Instituições Financeiras.

Neste último caso, as que têm uma rede de retalho e capilaridade que permita a penetração nos segmentos geográficos onde decorre a comercialização agrícola.

Quarto: Sobre os **Serviços**, a oferta de serviços de natureza transversal, implica um relacionamento sinérgico entre o Instituto Nacional de Normalização e Qualidade (INNOQ) a Bolsa de Mercadorias de Moçambique (BMM) e o Instituto de Cereais de Moçambique.

Além das acções acima, entendemos que o nosso esforço deve ser complementado com a **atração de investimentos privados**.

O potencial de investimentos no sector é aliciante diante das oportunidades que o nosso país possui.

A promoção e implantação de agro-indústrias de todas as escalas deve estar no centro das nossas atenções pelo efeito multiplicador, tanto no aumento da produção, diversificação, aumento do emprego, aumento de serviços de apoio, como embalagens, e por último, no crescimento de toda a economia.

É para fazer face a estes problemas que iniciamos um programa compreensivo e coerente de reformas institucionais, por exemplo: criação de institutos governamentais mais abrangentes como o Instituto do Algodão e Oleaginosas e o Instituto de Amêndoas, Restruturação do Instituto de Cereais como comprador de

último recurso com capacidade financeira para influenciar o processo de compra no campo.

Na nossa governação, existe um amplo consenso sobre a necessidade de ampliar as cadeias de valor na agricultura.

O crescimento da agricultura é reconhecido como essencial para a conquista da segurança alimentar e nutricional, assim como para o aumento da prosperidade.

A característica distintiva de uma cadeia de valor reside em que todos os seus elos estão coordenados, ocorrendo um acréscimo de valor em cada fase, tendo decisivamente na mira o mercado final.

Assim, se um comprador trabalha com um agricultor na base de um acordo prévio sobre o tipo de produto a fornecer a um certo tipo consumidor ou transformador, estamos na presença de uma cadeia de valor.

O aumento da produtividade constitui apenas parte da solução. Os agricultores, pastores e pescadores necessitam de ter um mercado seguro para aquilo que produzem. Assim, os produtores devem ajustar a sua produção para fornecerem aquilo que as indústrias e consumidores necessitam.

As cadeias de valor ligam a procura do consumidor ao agricultor, são a melhor forma de integração dos agricultores nos mercados modernos.

Temos na nossa economia alguns bons exemplos da aplicação deste conceito económico, como são os casos de: produção de cerveja a partir de milho e mandioca; compra direta de soja por avicultores; participação de moageiros de milho no circuito comercial; industriais do caju no circuito comercial.

É de realçar que temos no nosso mercado um conjunto de comerciantes ligados ao comércio internacional de produtos agrícolas, como feijão bóer, gergelim que possuem uma rede de intencionistas que promovem estas culturas.

Esta prática deve ser incentivada para aumentar e diversificar a produção.

O Governo continua a envidar esforços de ligação direta entre as grandes superfícies comerciais com produtores nacionais.

A indústria turística também tem participado neste esforço organizacional consumindo produtos locais ou nacionais.

A melhoria das cadeias de valor na agricultura, especialmente no caso dos produtores de pequena escala, são uma prioridade para este quinquénio.

Minhas Senhoras e Meus Senhores!

Aproveitamos, assim, o ensejo para lançarmos a nossa exortação para garantir a reduzida aglomeração de pessoas em cada estágio de intervenção e o redobrar das medidas de higiene em estrita observância ao distanciamento social, nas várias fases de intervenção da Cadeia de Valor da Comercialização Agrícola pelos operadores a que fizemos referência anteriormente.

E, por último, a nossa mensagem de apelo à maior coordenação e colaboração de vários intervenientes, a diferentes níveis, designadamente: Os Governos Provinciais, com destaque para os Administradores Distritais; O Sector Privado; As Instituições Financeiras; As Autoridades Locais e Tradicionais; e Parceiros de Cooperação.

Em Moçambique, actualmente, a comercialização agrícola é feita por uma rede de intermediários formais e informais que constituem a espinha dorsal do sistema de comercialização. Estes intermediários possuem ligações com os produtores e armazenistas e criam pontos de compra ao longo das principais zonas de produção. Entretanto, para que haja comercialização é preciso que se produza!

A agricultura continua sendo o sector que garante o sustento da maior parte da população moçambicana, sobretudo nas zonas rurais. Nesta perspectiva, a abordagem da comercialização agrícola deve ser contínua, centrada no estímulo à produtividade agrícola, de modo que as acções sejam articuladas e coordenadas entre os sectores envolvidos, seja ao nível central ou local.

Queremos desejar êxitos a todos os intervenientes no processo da Campanha de Comercialização Agrícola 2020. Desejos de êxitos são também para a Direcção e os funcionários do Ministério da Indústria e Comércio e do Ministério da Agricultura e Desenvolvimento Rural.

Com estas palavras, tenho a honra de Declarar Oficialmente Lançada a Campanha de Comercialização Agrícola 2020.

Muito Obrigado Pela Vossa Atenção!