



UNIVERSIDADE POLITÉCNICA

A POLITÉCNICA

INSTITUTO SUPERIOR DE GESTÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA

CURSO DE ECONOMIA

**OS MECANISMOS DA FIXAÇÃO DE PREÇOS DOS PRODUTOS
AGRÍCOLAS NO MERCADO GROSSISTA DO ZIMPETO: O CASO DA
BATATA-RENO E DO TOMATE (2018-2020)**

Trabalho de investigação a ser submetido de acordo com os requisitos e exigências para a
obtenção do grau de licenciatura

JÉSSICA TATIANA JORGE MANHIÇA

Estudante N° 408962

Supervisor: Mestre Aurélio Fabião Ginja

Co-Tutor: Lic. Joaquim Mabuiangue

Maputo, Abril de 2021



UNIVERSIDADE POLITÉCNICA

A POLITÉCNICA

INSTITUTO SUPERIOR DE GESTÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA

CURSO DE ECONOMIA

**OS MECANISMOS DA FIXAÇÃO DE PREÇOS DOS PRODUTOS
AGRÍCOLAS NO MERCADO GROSSISTA DO ZIMPETO: O CASO DA
BATATA-RENO E DO TOMATE (2018-2020)**

Trabalho de investigação a ser submetido de acordo com os requisitos e exigências para a
obtenção do grau de licenciatura

JÉSSICA TATIANA JORGE MANHIÇA

Estudante N° 408962

Supervisor: Mestre Aurélio Fabião Ginja

Co-Tutor: Lic. Joaquim Mabuangué

Maputo, Abril de 2021

Dedicatória

Dedico este trabalho a minha avó Lizete Paulo Macamo, aos meus pais Jorge Gualter Manhiça e Nilza Lizete Madoele Manhiça, e aos meus irmãos Wendy Danil Manhiça e Jorge Gualter Manhiça Jr., pelo incentivo e apoio que me proporcionam em todas as minhas escolhas e decisões.

A concretização desta conquista dedico de todo o meu coração, somente, a vocês, minha família!

Agradecimentos

Agradeço em primeiro lugar à Deus, todo-poderoso, por cuidar sempre de mim, pela força e inspiração que me deu para chegar até aqui e poder alcançar esta conquista.

Aos meus supervisores, Mestre Aurélio Fabião Ginja e Lic. Joaquim Mabuiangue pela atenção, paciência, orientação e acima de tudo por ter acreditado no meu potencial para a conclusão deste trabalho.

Ao Dr. Américo Nhaduco pela ajuda concedida na escolha deste tema.

Ao Verónio Duvane e aos meus entrevistados pela colaboração, disponibilidade e informação fornecida, o que permitiu ter um aprofundamento e compreensão das matérias sobre os mecanismos da fixação de preços dos produtos agrícolas no Mercado Grossista do Zimpeto entre os anos de 2018-2020.

Agradeço igualmente aos meus colegas da faculdade e da turma, em especial à Chelsea e a Odete, pela amizade e o companheirismo que prestaram aquando da minha formação.

À mana Lavínia Mondlane e a Paula Xerinda, pelo incentivo que dedicaram ao longo da concepção deste trabalho.

Agradeço especialmente aos meus pais Jorge Gualter Manhiça e Nilza Lizete Madoele Manhiça, pelo apoio, carinho e força nos momentos mais difíceis do curso e da elaboração deste trabalho.

À minha madrinha Filomena Jawana, pela motivação e todo esforço que dedicou-me na procura de estágio para poder terminar o curso.

Finalmente, agradecer a todos que, directa ou indirectamente, contribuíram para este feito.

Nome: Jéssica Tatiana Jorge Manhiça

Tema: Os mecanismos da fixação de preços dos produtos agrícolas no Mercado Grossista do Zimpeto: O caso da batata-reno e do tomate (2018-2020).

Supervisores: Mestre Aurélio Fabião Ginja e Lic. Joaquim Mabuiangue

Parecer dos supervisores:

Mestre Aurélio Ginja e Lic. Joaquim Mabuiangue supervisores da estudante Jéssica Tatiana Jorge Manhiça, cujo tema de trabalho de conclusão do curso intitula-se “ **Os mecanismos da fixação de preços dos produtos agrícolas no mercado grossista do Zimpeto: o caso da batata-reno e do tomate (2018-2020)** ”, declaramos que o trabalho em causa possui os requisitos básicos, para ser submetido a um júri de avaliação institucional, e à conseqüente defesa formal.

(Mestre Aurélio Fabião Ginja)

(Lic. Joaquim Mabuiangue)

(Data)

Declaração de honra

Eu, Jéssica Tatiana Jorge Manhiça, declaro por minha honra, que o presente trabalho de fim do curso é resultado do meu labor e orientações dos meus supervisores. O mesmo submeto de acordo com todos os requisitos e exigências para a obtenção do grau de licenciatura em Economia na Universidade Politécnica A Politécnica em Maputo.

(Assinatura)

(Data)

Epígrafe

“A fixação de preços é uma decisão de suma importância para a administração, por ser o factor primordial de sobrevivência, lucratividade e posicionamento da empresa no mercado.”

(H. R. Oliveira, 2005)

ÍNDICE

Dedicatória.....	i
Agradecimentos	ii
Parecer dos supervisores:	iii
Declaração de honra.....	iv
Epígrafe.....	v
Lista de gráficos.....	viii
Lista de siglas.....	ix
Lista de Tabelas	x
Resumo	xi
Abstract.....	xii
1. Introdução.....	1
1.1. O tema e a delimitação da investigação	3
1.2. Problema de investigação.....	3
1.3. Hipóteses de investigação	4
1.4. Objectivos da investigação.....	4
1.4.1. Objectivo geral.....	4
1.4.2. Objectivos específicos	4
1.5. Justificativa e relevância do tema de investigação.....	5
2. Análise contextual	6
2.1. Mercado grossista do Zimpeto: Breve enquadramento histórico e localização geográfica	6
2.2. Produção agrícola em Moçambique.....	7
3. Revisão da literatura	11
3.1. Preços	11
3.2. Mercados	16

3.3.	Estrutura de mercados	21
3.4.	Descrição dos produtos agrícolas em estudo.....	26
4.	Metodologia.....	28
4.1.	Descrição dos métodos e estratégia de recolha de dados da investigação	28
4.2.	Percurso da investigação	29
4.3.	Seleção da Amostra	29
4.4.	Tratamento e análise dos dados.....	29
4.5.	Limitações da investigação	30
4.6.	Modelo de análise.....	30
5.	Apresentação, análise e interpretação de dados.....	32
5.1.	Formação de preços dos produtos agrícolas.....	32
5.2.	Variação de preços dos produtos agrícolas	34
5.3.	Factores sobre a fixação de preços dos produtos agrícolas	41
5.3.1.	Taxa de câmbio	41
5.3.2.	Inflação	42
5.3.3.	Imposições aduaneiras	43
5.3.4.	A pandemia da Covid-19	44
5.4.	Do produto agrícola importado ao nacional.....	46
6.	Conclusão.....	48
7.	Referências bibliográficas.....	50
	APÊNDICES.....	I

Lista de gráficos

Figura 1. Curva da procura	18
Figura 2. Curva da oferta	19
Figura 3. Equilíbrio entre a oferta e a procura	19
Figura 4. Equilíbrio da empresa concorrencial	23
Figura 5. Preço médio da batata-reno no ano de 2018 (MZN por 10kg).....	35
Figura 6. Preço médio da batata-reno no ano de 2019 (MZN por 10 kg).....	36
Figura 7. Preço médio da batata-reno no ano de 2020 (MZN por 10kg).....	37
Figura 8. Preço médio do tomate no ano de 2018 (MZN por molho)	38
Figura 9. Preço médio do tomate no ano de 2019 (MZN por molho)	39
Figura 10. Preço médio do tomate no ano de 2020 (MZN/molho).....	40
Figura 11. Câmbios médios por unidade de moeda (o metical face ao rand).....	41
Figura 12. Variação mensal da inflação (%).....	42

Lista de siglas

BM	Banco de Moçambique
CAICC	Centro de Apoio à Informação Comunitária
CEMO	Centro de Estudos Moçambicanos e Internacionais
FAO	Food and Agriculture Organization
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IPC	Índice de preço no consumidor
MCNet	Mozambique Community Network
MISAU	Ministério da Saúde
OMA	Organização Mundial das Alfândegas
OMR	Observatório do Meio Rural
PARPA	Plano de Acção Para a Redução da Pobreza Absoluta
PDEA	Plano Director de Extensão Agrária
PEDSA	Plano Estratégico Para o Desenvolvimento do Sector Agrário
PESD	Programa de Ensino Secundário à Distância
PIB	Produto Interno Bruto
PNB	Produto Nacional Bruto
PNUD	Programa das Nações Unidas Para o Desenvolvimento
SADC	Southern African Development Community

Lista de Tabelas

Tabela 1. Caracterização dos tipos de estruturas de mercado.....	24
Tabela 2. Operacionalização do conceito de produtos agrícolas	31

Resumo

O presente trabalho de investigação tem como título “Os mecanismos da fixação de preços dos produtos agrícolas no Mercado Grossista do Zimpeto: O caso da batata-reno e do tomate (2018-2020) ”, e pretende comparar os mecanismos da fixação de preços dos produtos agrícolas nacionais e importados que são comercializados no Mercado Grossista do Zimpeto.

Para a prossecução do trabalho, o campo de investigação foi realizado no Mercado Grossista do Zimpeto, e teve como público-alvo os vendedores e camionistas do mercado grossista do Zimpeto, na Cidade de Maputo, pois assume-se que estes é que fixam os preços. Neste âmbito a finalidade deste trabalho foi a de analisar os mecanismos da fixação de preços dos produtos agrícolas, no Mercado Grossista do Zimpeto, entre os anos de 2018-2020, bem como identificar as teorias da formação de preços dos produtos agrícolas no geral e com maior destaque a batata-reno e ao tomate; designar a variação dos preços médios nominal e real ao longo do período em estudo; verificar alguns factores sobre a fixação dos preços da batata-reno e do tomate e por fim comparar os preços reais da batata-reno e do tomate que foram importados e os nacionais.

A investigação baseou-se quanto a abordagem nos métodos de pesquisa qualitativa e quantitativa, quanto aos objectivos caracterizou-se na pesquisa exploratória e descritiva, e por fim quanto aos procedimentos técnicos a utilizar fundamentou-se no estudo de caso e na pesquisa bibliográfica. Findo o percurso investigativo concluímos que para qualquer mercado, a fixação correcta dos preços é um factor de extrema importância, visto que a decisão da formação de preços é uma condição essencial para a sobrevivência, lucratividade e posição no mercado.

Palavras-chave: Fixação de preços, Produtos agrícolas, Mercado Grossista do Zimpeto.

Abstract

The present research paper is entitled “The mechanisms of price fixing of agricultural products in the Wholesale Market of Zimpeto: The case of the potato and the tomato (2018-2020)”, and aims to compare the mechanisms of price fixing of domestic and imported agricultural products that are traded on the Zimpeto Wholesale Market.

For pursuance of the paper, the research field was carried out in the Wholesale Market of Zimpeto, and had as target audience the sellers and truck drivers of the wholesale market of Zimpeto, in the City of Maputo, as it is assumed that these are the ones who fix the prices . In this context, the aim of this work was to analyze the mechanisms of agricultural products price fixing, in the Wholesale Market of Zimpeto, between the years 2018-2020, as well as to identify the theories of the formation of prices of agricultural products in general and with greater emphasis on potatoes and tomatoes; designate the variation of average nominal and real prices over the period under study; check some factors on the fixing of prices for potatoes and tomatoes and finally compare the real prices for potatoes and tomatoes that have been imported and the national ones.

The investigation was based on the approach in qualitative and quantitative research methods, in terms of objectives it was characterized by exploratory and descriptive research, and finally, in terms of the technical procedures to be used, it was based on the case study and bibliographic research. At the end of the investigative path, we conclude that for any market, the correct setting of prices is an extremely important factor, since the decision of price formation is an essential condition for survival, profitability and position in the market.

Key words: Price fixing, Agricultural products, Zimpeto Market.

1. Introdução

O sector informal ou economia informal, se refere a uma parte da economia que não é tributada e nem monitorada por qualquer forma do governo. As actividades do sector informal não estão incluídas no produto nacional bruto (PNB) e no produto interno bruto (PIB) de um país, (Thomas, 2013).

Este sector tem um peso significativo, sobretudo em economias subdesenvolvidas de África, América Latina e Ásia.¹

Em Moçambique, a sua economia é constituída maioritariamente pelo sector informal. Ou seja, todos os sectores de actividade económica recorrem ao sector informal para a sua complementaridade, visto que os agentes do sector formal são insuficientes para abastecerem o mercado de insumos e produtos acabados, (Sendi, s/d).

As “economias de mercado” são as economias em que a maior parte da produção é dividida em unidades especializadas que vendem o que produzem sob a forma de mercadoria. Uma mercadoria é, portanto, um produto que não se destina ao consumo do próprio produto mas à venda, (Singer, 2004).

Numa economia de mercado, nenhum indivíduo ou organização é responsável isoladamente pela produção, consumo, distribuição ou fixação de preços, (Samuelson e Nordhaus, 2010).

Uma das regras básicas do jogo na economia de mercado é a de que o vendedor, em geral, fixa o preço, (Singer, 2004).

A segunda característica necessária de mercados que funcionam bem, como sinais económicos, é a que informa aos indivíduos quais são as trocas mutuamente benéficas. Um sinal económico é qualquer informação que ajude as pessoas a tomar decisões económicas melhores, (Krugman e Wells, 2007).

¹ <https://journals.openedition.org/cea/930>, consultado em 23/08/2020.

Os preços são de longe o sinal mais importante em uma economia de mercado, porque eles transmitem informação essencial sobre os custos e a disposição de pagar de outras pessoas, (Krugman e Wells, 2007).

Os mecanismos de mercado permitem a fixação de um preço elevado no seu produto se houver uma grande procura e uma fraca oferta. Contrariamente, se houver uma fraca procura e um excedente de produtos similares no mercado, o vendedor pode ser obrigado a fixar um preço baixo.

Para entender como é que funciona o processo de fixação de preços é muito importante perceber de que tipo de mercadoria se trata. Os produtos agrícolas que normalmente dependem da colheita sazonal, que costuma acontecer uma vez ao ano, e o seu tamanho dependem em grande medida das condições climáticas, constitui o tipo de mercadoria que são inelásticas. De acordo com Singer (2004), no caso dos produtos pouco elásticos, ou inelásticos, como os agrícolas, o custo varia inversamente ao volume produzido e é mais ou menos fixado num sistema de leilão, ou seja, é o comprador, em última análise, quem determina o preço pelo qual se vende o produto. Singer (2004), acrescenta que os preços resultam da especulação, com a quantidade disponível para ser vendida e a quantidade que se desejaria consumir, mas é claro que na formação dos preços dos produtos agrícolas, o elemento armazenamento pode desempenhar um grande papel.

1.1. O tema e a delimitação da investigação

O trabalho que nos propomos apresentar, incide ao tema “Os mecanismos da fixação de preços dos produtos agrícolas no Mercado Grossista do Zimpeto: O caso da batata reno e do tomate (2018-2020)”. O trabalho tem como foco o estudo dos métodos que são utilizados para a fixação de preços dos produtos agrícolas, que são comercializados no Mercado Grossista do Zimpeto. Contudo, são vários os produtos agrícolas comercializados neste mercado, daí a necessidade de se ter escolhido apenas alguns, para a prossecução da investigação, que são: a batata-reno e o tomate.

Sob o ponto de vista da delimitação no espaço e no tempo, o estudo foi realizado na cidade de Maputo, concretamente no Mercado Grossista do Zimpeto. Em termos de tempo, o período abrangido pelo estudo está no intervalo entre os anos de 2018-2020.

A escolha do local do estudo (Mercado Grossista do Zimpeto) deveu-se ao facto de se tratar de um mercado grossista, que tem sido de preferência de muitas donas de casa, dos comerciantes revendedores da capital de Moçambique, dos restaurantes que são abastecidos por este mercado, entre outros.

1.2. Problema de investigação

A fixação de preços dos produtos agrícolas comercializados no Mercado Grossista do Zimpeto, é influenciada pela sua procura. Isto acontece porque o consumidor visa satisfazer da melhor maneira possível as suas necessidades e desejos, tendo em consideração as suas preferências e gostos. Contudo, o consumidor fará isso enfrentando diversas restrições (visto que os recursos são escassos), mas para ele o principal determinante da procura é o preço do produto. O modelo da procura prevê que, quando o preço de um produto aumenta e todas as demais variáveis se mantêm inalteradas, a quantidade procurada desse produto diminui. Por outro lado, quando o preço de um produto diminui e todas as demais variáveis se mantêm inalteradas, a quantidade procurada desse produto aumenta.

Assim sendo, a pergunta de partida pode ser formulada da seguinte maneira:

Até que ponto a fixação dos preços dos produtos agrícolas no Mercado Grossista do Zimpeto é influenciada pela Procura?

1.3. Hipóteses de investigação

Deste modo, para dar resposta ao problema de investigação, formulam-se as seguintes respostas hipotéticas que surgem a partir da pergunta de partida.

H₀: A fixação de preços dos produtos agrícolas no Mercado Grossista do Zimpeto é influenciada pela maior procura dos produtos.

H₁: A fixação de preços de alguns produtos agrícolas no Mercado Grossista do Zimpeto é influenciada pela menor quantidade produzida dos produtos em Moçambique.

1.4. Objectivos da investigação

Estamos diante duma pesquisa académica e inicialmente para que esta fosse efectuada foram traçados os seguintes objectivos:

1.4.1. Objectivo geral

O objectivo geral do trabalho é o de analisar os mecanismos da fixação de preços dos produtos agrícolas, no Mercado Grossista do Zimpeto, entre os anos de 2018-2020.

1.4.2. Objectivos específicos

Para dar seguimento ao objectivo geral, foram definidos como objectivos específicos os seguintes:

- Identificar as teorias da formação de preços dos produtos agrícolas no geral e com maior destaque a batata-reno e ao tomate;
- Designar a variação dos preços médios nominal e real ao longo do período em estudo;

- Verificar alguns factores sobre a fixação dos preços da batata-reno e do tomate;
- Comparar os preços reais da batata-reno e do tomate que foram importados e os nacionais.

1.5. Justificativa e relevância do tema de investigação

De um modo geral, a escolha do tema resulta da relevância de mostrar quais são os mecanismos adoptados pelo sector informal na fixação dos preços dos produtos agrícolas comercializados no mercado grossista do Zimpeto.

A escolha do local para a realização da presente investigação foi incentivada pelo facto de o Mercado Grossista do Zimpeto ser do tipo grossista, com um aglomerado populacional que, para além de estar interessado no desenvolvimento do comércio de produtos diferenciados (dentre eles os agrícolas), também tem o objectivo de suprir as necessidades da população.

Com esta investigação, pretende-se analisar os mecanismos da fixação de preços da batata-reno e do tomate no Mercado Grossista do Zimpeto, num período de curto prazo, entre os anos de 2018 a 2020.

Uma noção acerca do comportamento dos preços no Mercado Grossista do Zimpeto permitirá que a população possa ter opções do que comprar, do que vender e produzir, de acordo com os gostos e preferências dos consumidores, tudo isto em função das oportunidades existentes neste mercado.

2. Análise contextual

2.1. Mercado grossista do Zimpeto: Breve enquadramento histórico e localização geográfica

O bairro do Zimpeto encontra-se em expansão da Cidade de Maputo e localiza-se no distrito municipal de Kamubukwana, a norte daquela urbe, e o distrito conta com cerca de 321,438 (trezentos e vinte um mil e quatrocentos e tinta e oito) habitantes. É neste bairro onde se localiza o mercado grossista do Zimpeto.

Foi em Maio de 2007 que se inaugurou a infra-estrutura do mercado grossista do Zimpeto, que é vedado por um muro feito de material convencional, criado exclusivamente para efeitos de comercialização a grosso.

Este mercado foi construído com o objectivo de diminuir o fluxo populacional que se fazia sentir no mercado da Malanga².

Em 2010, o mercado grossista do Zimpeto começou a assinalar mudanças, onde para além das vendas a grosso, eram também realizadas vendas a retalho (aos montinhos). Tal facto fez com que a segurança, a ordem e a limpeza que caracterizavam o mercado já não se observassem, visto que os vendedores retalhistas invadiram as áreas reservadas dentro do mercado, desse jeito gerando desordem, imundície, dificuldade de circulação e proliferação de pessoas de má conduta no local.

Actualmente, pela sua dimensão, vocação e localização, o mercado grossista do Zimpeto é mais do que um simples mercado, na medida em que, é neste mercado onde, sobretudo as mulheres, ganham a vida revendendo a retalho, dentro e nas imediações daquele espaço.

² Situado na Cidade de Maputo.

2.2. Produção agrícola em Moçambique

A agricultura é a actividade que consiste no esforço para situar a planta cultivada nas condições óptimas do meio (isto é, o solo e o clima) para lhe tirar o máximo rendimento em quantidade e em qualidade, Diehl (1984).

No continente africano, a produção e a comercialização agrícola desempenham um papel extremamente importante na economia, tanto como fonte de receitas dos governos através da exportação dos produtos agrícolas, assim como fonte de emprego da maioria da população africana.

Igualmente, a economia de Moçambique é fundamentalmente agrária. A agricultura em Moçambique constitui uma área de actividade de grande importância para a economia e constitui a base da segurança alimentar e de renda para a maioria da população moçambicana, (CAICC, 2006).

É de referir que a produção agrária em Moçambique depende, fundamentalmente, do sector familiar que ocupa 97% dos 5 milhões de hectares actualmente cultivados no país. Este sector é também caracterizado pela falta de serviços básicos que são necessários para garantir o melhor aproveitamento dos recursos disponíveis (a maior parte dos distritos em Moçambique tem um acesso muito limitado aos serviços agrícolas como a irrigação, os adubos, tractores, etc, e por este motivo este sector depende da agricultura de sequeiro e de várzea), (CEMO, 2010).

De acordo com o PEDSA (2011), a agricultura moçambicana é predominantemente de subsistência, caracterizando-se por baixos níveis de produção³ e produtividade⁴.

Os baixos níveis de produção e produtividade no país são definidos pela falta de condições de conservação dos produtos agrícolas, fraca rede de processamento, distribuição e comercialização dos produtos agrícolas, por efeito da limitação na rede de infra-estruturas primárias como: as vias de acesso, indústrias de processamento e armazenagem, (CEMO, 2010).

³ A produção é a actividade de transformação da matéria-prima em utilidades necessárias ao consumidor.

⁴ O conceito de produtividade é definido como sendo a relação entre o que se obtém por unidade económica e os recursos que essa produção consumiu.

Também existem outros factores relacionados com a baixa produtividade agrícola como a desproporção na despesa pública alocada à agricultura (contudo, este sector teve um aumento significativo de dotação no orçamento geral do estado entre os anos de 2018 e 2019, com 13 232,8 e 29 130,2 de milhões de meticais respectivamente)⁵, o fraco acesso da maioria da população aos serviços de saúde, o fraco acesso aos serviços agrários incluindo tecnologias melhoradas e serviços financeiros, (Cunguara, 2011).

Para Mosca (2015), em Moçambique a agricultura familiar constitui a actividade económica que ocupa grande parte da população, podendo alcançar mais de 75% dos cidadãos moçambicanos.

De acordo com CAICC (2006), da produção agrícola obtida em Moçambique, cerca de 90% se destina ao autoconsumo, o remanescente é comercializado com o objectivo de adquirir outros bens, principalmente manufacturados. Este autor também acrescenta que alguns produtos agrícolas de Moçambique já concorrem para o mercado externo, mas a sua estabilização exige um esforço de todo o sector agrícola, ou seja, do governo, dos agricultores e das associações representativas, até para conferir uma maior liberdade de opções produtivas associada à uma maior responsabilização no cumprimento da parte que cabe ao sector no alcance do preconizado no PARPA.

Por outro lado, os produtores possuem relações com os mercados para a comercialização dos seus excedentes, o que lhes permite assegurar a sua reprodução económica com relativa autonomia.

Sitoe (2005) afirma que o sector agrário, constituído principalmente pelo sector familiar que pratica agricultura de subsistência, depende sobretudo das condições climáticas (especialmente das chuvas) devido ao baixo nível de uso da irrigação. Neste diapasão, para o desenvolvimento do sector agrário em Moçambique, seria muito importante investir-se nas tecnologias que têm em vista o aproveitamento da água para a irrigação, porque dada a localização geográfica de Moçambique, este é afectado constantemente por calamidades naturais, sobretudo por cheias, ciclones e secas.

⁵ Dados retirados do Orçamento do Estado para 2019.

De acordo com os dados do Banco Mundial (2018), Moçambique dispõe de uma população situada em torno de 29,5 milhões de habitantes, da qual uma grande percentagem reside na zona rural.

Ora, o ranking divulgado pelo PNUD, mostra que Moçambique figura na lista dos 10 países mais pobres do mundo, ocupando o terceiro lugar apesar do seu PIB ter crescido nos últimos anos, mas o IDH não acompanha esse ritmo (IDH: 0,327).⁶

No país, a pobreza é mais acentuada nas zonas rurais onde é geralmente caracterizada por ter uma actividade económica primária (como a agricultura, pecuária, caça e pesca), com baixa densidade populacional, onde a história e cultura dos povos está mais presente, os tipos de solidariedade e segurança social são completamente diferentes e tem poucas infra-estruturas, (CEMO, 2010).

O crescimento agrícola é fundamental para o bem-estar da população e pode constituir uma fonte essencial para promover o crescimento económico.

De acordo com o PDEA (2007), a agricultura tem um papel importante na geração do emprego rural e a mesma contribui para a segurança alimentar nacional e familiar, e reduz a pobreza sobretudo nas zonas rurais. O mesmo plano acrescenta que a pobreza rural é atribuída principalmente ao limitado desenvolvimento agrícola, ao desenvolvimento limitado dos mercados e aos baixos níveis de produtividade. O potencial agrícola não é devidamente convertido na geração de receitas e na criação de emprego de modo tangível.

Para a população economicamente carenciada, que geralmente gasta a maior proporção do seu rendimento na compra de géneros alimentícios e bens de primeira necessidade, o crescimento agrícola possui um benefício directo na redução da inflação dos produtos básicos, (Cunguara, 2011).

A vantagem do crescimento agrícola reside nas ligações que a agricultura tem com o resto da economia, isto é, os agregados familiares que possuem maior rendimento agrícola tendem a alocar uma proporção consideravelmente maior do seu rendimento na compra de bens que não são agrícolas, o que estimula o crescimento dos sectores da economia, (Cunguara, 2011).

⁶ <https://www.estudopratico.com.br/paises-mais-pobres>, consultado em 20/08/2020.

Thurlow (2008) *apud* Cunguara (2011) afirma que o crescimento agrícola beneficia os pobres (tanto rurais, como urbanos), proporcionando-lhes mais matéria-prima e alimentos a preços baixos e reduzindo a pobreza através das oportunidades de emprego nas zonas rurais e do crescimento na produtividade laboral.

Historicamente, Moçambique possui dois pólos de desenvolvimento. Na época colonial os portugueses alojaram-se na sua maioria no sul do país, tornando esta região como a mais urbanizada. Porém, as regiões centro e norte do país possuem o maior potencial agrícola e mesmo assim permanecem menos urbanizadas.

O fim da guerra civil que culminou com o Acordo Geral de Paz de Roma, em 1992, criou novas oportunidades para a transformação do sector produtivo rural e o crescimento económico do país. E, neste processo de grandes mudanças na economia, a maior atenção e investimento deveria ter sido para o sector agrário visto que a agricultura constitui a principal fonte de rendimento da população.

Para Cunguara (2011), o aumento da produção agrícola em Moçambique está condicionado aos níveis de capital humano (a educação), capital social (o acesso aos serviços públicos), e ao capital físico (as infra-estruturas).

A contribuição da agricultura no PIB tem variado ao longo do tempo devido às diferenças existentes na distribuição pluviométrica.

De acordo com Cunguara (2011), o aumento da produtividade agrícola afectaria a população moçambicana através de vários mecanismos que são: (1) primeiro reduziria a inflação do país mediante a redução da importação dos produtos agrícolas, que na maioria das vezes está sujeita ao aumento dos preços do combustível no mercado internacional; (2) segundo, o aumento da produtividade quando aliada às melhores condições de processamento e armazenamento, pode aumentar a disponibilidade de alimentos ao longo do ano, melhorando deste modo a segurança nutricional e alimentar das famílias; (3) terceiro, o aumento da produtividade agrícola resulta em maiores rendimentos familiares quando combinada com o melhoramento das infra-estruturas de comercialização.

3. Revisão da literatura

3.1. Preços

Na doutrina, existem diferentes definições de preço e muitas delas de alguma forma são parecidas, indicando que o preço é o que um indivíduo paga pelo que recebe, (Silva, 2012).

Samuelson e Nordhaus (2010) definem o preço como sendo o valor do bem em termos monetários.

Para Churchill Jr. e Peter (2013) *apud* Milan *et al* (2016), o preço é conceituado como a quantidade de dinheiro que deve ser dada em troca para adquirir a propriedade ou o direito ao consumo ou a utilização de um produto ou serviço.

Menger (1950) explica que não existe igualdade de preços entre bens trocados (sejam eles dois ou mais bens), mas existe uma paridade subjectiva entre os valores desses bens, e a meio destes limites formam-se os preços.

Para os clássicos, existem dois tipos de preços que são: (1) o preço natural, que é a representação do conceito do valor bens; (2) o preço do mercado, que é o resultado existente da oferta e procura dos bens e serviços, (Chaves, 2001).

De acordo com Neto (2005), o mecanismo de preços coordena as trocas entre as pessoas. O mesmo autor acrescenta que a importância do sistema de preços reside no facto de o preço ser o principal factor que indica o que produzir (porque os preços carregam incentivos), e também indicam para quem produzir (pois o resultado desse processo é a distribuição da produção entre os elementos da sociedade que participaram do processo).

Estabelecer um preço pode ser considerado como um dos momentos decisivos mais importantes no mercado.

De acordo com Vasconcellos (2002), o preço de equilíbrio (ou de mercado) de um determinado bem, representa o preço que se forma no mercado através do mecanismo de mercado, e que compatibiliza os interesses dos consumidores e produtores. Para o mesmo autor, esta

compatibilização só é conseguida quando a quantidade procurada pelos consumidores é igual à quantidade oferecida pelos produtores.

Para os neoclássicos, é a teoria subjectiva do valor que determina a formação dos preços. Afirmativamente, a interacção entre a oferta e a procura determina o preço de um bem, (Chaves, 2001).

De acordo com a teoria da procura, quanto maior for o preço do bem menor será a quantidade procurada; na teoria da oferta, quanto maior for o preço do bem maior será a quantidade oferecida. Deste modo, existe apenas um preço em que as quantidades oferecidas e procuradas se igualam, que é o preço de equilíbrio, (Donário e Santos, 2015).

Quando o preço está abaixo do preço de equilíbrio, a quantidade procurada do bem será superior à quantidade oferecida, neste caso estamos perante a um excesso do lado da procura (escassez do produto). Pelo contrário, quando o preço está acima do preço de equilíbrio, a quantidade que os produtores oferecem é forçosamente superior que a quantidade procurada pelos consumidores, assim sendo, há um excesso do lado da oferta (excedente de produção).

As informações do mercado giram em torno do sistema de preços. Portanto, a transmissão de informação através do mecanismo de preços precisa ser eficaz, isto é, cada indivíduo situado em uma etapa da produção, quando atingido pela informação, precisa passar o ocorrido para os envolvidos na etapa da produção seguinte, (Neto, 2005).

Santos (1995:4) *apud* Carvalho (s/d), afirma que:

(...) a fixação de preços de venda de produtos e serviços é uma questão que afecta diariamente a vida de uma empresa, independente do seu tamanho, da natureza dos seus produtos ou do sector económico da sua actuação.

De acordo com Mill (1920), o preço fixado deve cobrir os custos de produção e os lucros normais.

Contudo, importa referir que existem alguns factores que influenciam na determinação dos preços de um produto. Tais factores são⁷:

- Custos directos e indirectos de produção: os custos directos são aqueles custos que são destinados directamente para o produto vendido, a partir de um valor ou de uma proporção pré-estabelecida. Diferentemente dos custos indirectos, que falamos de situações em que não existem quantidades exactas para os gastos com os produtos, isso porque são valores que não podem ser quantificados de maneira tão simples quanto acontece com os custos directos, (Mankiw, 2002).
- Custos fixos: são aqueles custos associados aos factores fixos, ou seja, independem do nível de produto e, sobretudo, têm de ser pagos mesmo que a empresa não produza nada, (Varian, 2015).
- Margem de contribuição: refere-se a estimativa gerada por cada venda para cobrir os custos fixos, e ainda proporcionar lucro ao produtor ou à empresa. Todo o preço de venda de um produto deve incluir também a margem de contribuição, (Bergo, 2011).
- Pesquisa de concorrência: o objectivo da pesquisa de concorrência é encontrar informações, dados e indicadores que apontem o que o produtor ou a empresa tem feito para se destacar no mercado, como se comunica com seu público-alvo, como divulga os seus produtos e que tipos de resultados está tem com os seus métodos.⁸
- Margem de lucro: é a percentagem adicionada aos custos totais de um produto ou serviço, formando o preço final da comercialização e definindo a percentagem de lucro que se obterá acima daquela venda. Normalmente, a margem de lucro está relacionada com a formação de preços e com a lucratividade em relação ao investimento realizado, (Mendes *et al*, 2015)

A partir dos factores acima mencionados, podem surgir alguns modelos para a determinação do preço.

⁷ <https://blog.grupofatos.com.br/6-fatores-que-influenciam-o-preco-de-venda-de-um-produto-veja-como-calculer/>, consultado em 23/07/2020.

⁸<https://blog.opinionbox.com/analise-da-concorrenca-como-fazer/>, consultado em 27/07/2020.

A intenção da fixação de preços pode ser de empurrar o preço de um produto o mais alto possível, geralmente levando a lucros para todos os vendedores, mas também podem ter o objectivo de corrigir ou estabilizar os preços, (Pindyck e Rubinfeld, 2002).

A fixação de preços é definida como um processo que ocorre quando o produtor deseja vender seu produto no mercado, determinando um preço final de venda, (Preto, 2006).

Existem preços que são fixados pelo mercado internacional, como é o caso dos bens que são importados ou exportados; e também existem preços que são fixados pelo governo, como as taxas e tarifas aplicadas nas vendas de bens e prestação de serviços, e os preços mínimos que são estabelecidos principalmente na compra de produtos agrícolas, (Chaves, 2001).

Böhm-Bawerk (1891) afirma que os preços são fixados com base nas aspirações dos compradores e dos vendedores que estão desejosos de conseguir uma vantagem na troca dos bens. O mesmo autor acrescenta que existem vários mecanismos para a fixação de preços de acordo com o número de vendedores e compradores, que são: (1) se existirem muitos vendedores e um comprador, este último fixa o preço de compra; (2) se são muitos compradores e um só vendedor, este último fixa o preço de venda; (3) no caso de existirem muitos compradores e muitos vendedores, o preço será fixado pelo poder de troca até que se consiga igualar as unidades procuradas pelos compradores com as unidades oferecidas pelos vendedores, deixando de fora os compradores que oferecem menos e os vendedores que pedem muito; (4) se existir um comprador e um vendedor, preço será fixado através da média aritmética das duas aspirações e a força do lucro.

Walras (1874) ressalta que todo aumento ou diminuição na quantidade da mercadoria-moeda tem um significado proporcional no aumento ou diminuição do nível de preços.

De acordo com Kalecki (1983), no caso dos produtos agrícolas, os preços são determinados pela procura, porque perante a um aumento da procura não existiriam condições para aumentar a oferta, já que esta é inelástica e requer tempo suficiente para aumentar a produção. Contudo, o mesmo autor aceita que é a procura quem determina os preços de todos os bens.

O valor de um bem é expresso a preços nominais quando são contemplados pelos valores monetários do período, sem tomar em consideração o ajuste para a inflação, (Pindyck e Rubinfeld, 2002).

De acordo com Faro (1995), os preços nominais também podem ser denominados de preços correntes ou preços aparentes. Ele ainda acrescenta que quando nos referimos ao valor do serviço a preços nominais, isto quer dizer que este preço será apresentado pelo valor que vigorava na época em questão.

O valor de um bem é expresso a preços reais ou constantes, quando são contemplados pelos valores monetários ajustados pela inflação, (Pindyck e Rubinfeld, 2002). Neste caso, o valor monetário apresentado ao longo do tempo de um bem tem o mesmo poder de compra.

O preço real para Klemperer (1996) *apud* Alage (2002) calcula-se dividindo o preço nominal pela centésima parte do índice de preço ao consumidor, e este cálculo tem em vista avaliar o nível em que a inflação afectou o preço da batata reno e do tomate. Quanto maior for a inflação, maior será o IPC e menor será o preço real.

O mais importante índice de preços é o índice de preço ao consumidor (IPC). Este índice é uma medida do preço pago pelos consumidores urbanos por um cabaz de mercado de bens e serviços de consumo, (Samuelson e Nordhaus, 2010).

Normalmente, um índice de preço é construído através da ponderação de cada preço de acordo com a importância económica do bem em questão, (Samuelson e Nordhaus, 2010).

Samuelson e Nordhaus (2010) afirmam que existem estudos que indiciam que a tendência do IPC tem um importante enviesamento para cima, devido aos problemas de números índices e a omissão de produtos melhorados e novos, tendo o governo tomado medidas para corrigir alguns destes enviesamentos.

3.2. Mercados

Em todas as sociedades, as actividades económicas costumam caracterizar-se pela especialização e pela troca. Existem mercados para a troca de bens e serviços, sendo o preço a principal informação disponível para os compradores e vendedores, a fim de que estes tomem as suas decisões, (Waquil *et al*, 2010).

Assim sendo, a economia de mercado constitui um mecanismo elaborado para coordenar pessoas, actividades e empresas através de um sistema de preços e mercados, (Samuelson e Nordhaus, 2010).

Nenhum indivíduo concebeu o mercado e, contudo, ele funciona notavelmente bem. Na economia de mercado, nenhuma organização ou indivíduo é responsável isoladamente pela produção, distribuição, fixação de preços ou consumo, (Silva e Martinelli, 2012).

O mercado é um lugar onde os vendedores e compradores podem se envolver numa negociação face a face.

Existem mercados para quase tudo. O mercado pode ser definido como sendo a instituição ou organização mediante a qual os que procuram e os que ofertam estabelecem uma relação comercial com a finalidade de realizar transacções, acordos e trocas comerciais.⁹

De acordo com Samuelson e Nordhaus (2010) são vários os tipos de mercados, como o centralizado (que pode ser o mercado de títulos), o descentralizado que é para a maioria dos trabalhadores. Hoje em dia também existe o mercado digital, onde é efectuado o comércio electrónico via internet.

Um dos mercados mais importantes no mundo é o de activos financeiros, como por exemplo: hipotecas, acções, câmbio de moeda estrangeira e obrigações.

Outros autores como Silva e Martinelli (2012) definem o mercado como sendo o local onde os agentes económicos realizam as suas trocas, ou buscam produtos ou então serviços para satisfazer as suas necessidades.

⁹ <https://www.passeidireito.com/arquivo/83969753/economia-1>, consultado em 16/11/2020.

Para Vasconcellos (2002), o preço em uma economia de mercado é determinado tanto pela oferta como pela procura. Isso também contribui para que haja equilíbrio de mercado.

De acordo com Bergo (2011), a oferta de um determinado produto é definida pelas várias quantidades que os produtores estão dispostos e aptos a oferecer ao mercado, em função de vários níveis possíveis de preços, em dado período de tempo. O mesmo autor acrescenta que a procura de um produto é determinada pelas várias quantidades que os consumidores estão dispostos e aptos a adquirir, em função de vários níveis possíveis de preços, em dado período de tempo.

Preços mais elevados tendem a reduzir as compras dos consumidores e a estimular a produção, diferentemente dos preços mais baixos que estimulam o consumo e retraem a produção. Os preços são o fiel da balança do mecanismo de mercado, (Samuelson e Nordhaus, 2010).

O mecanismo de mercado fornece, através dos preços, uma forma de comunicação indirecta entre os produtores e os consumidores, possibilitando uma adaptação da produção às necessidades de consumo; possibilita, ao mesmo tempo, uma adaptação do consumo à escassez relativa dos diferentes tipos de bens e serviços.

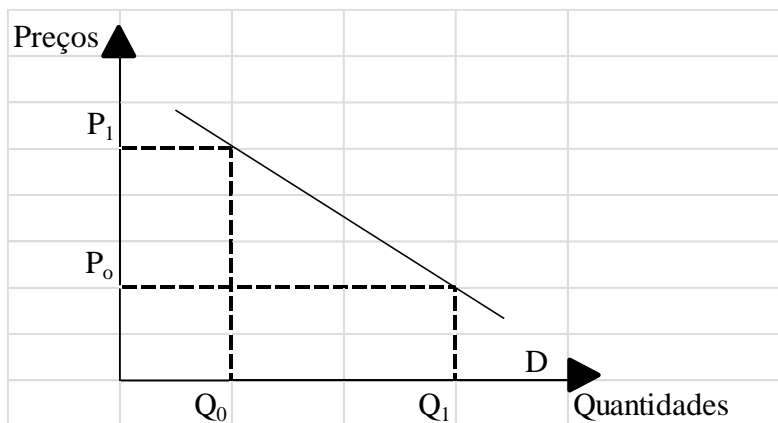
Pindyck e Rubinfeld (2006) *apud* Mendes *et al* (2015) dividem de acordo com a sua função as unidades económicas em dois grupos que são os compradores e os vendedores. Ainda acrescentam que é notório que existe uma relação directa entre os mercados e os compradores/vendedores, uma vez que o mercado consiste num grupo de compradores (que é constituído tanto de consumidores, que são compradores de bens e serviços, quanto de empresas, que são compradoras de recursos como o trabalho, a terra, o capital e a capacidade empresarial) que estão do lado da procura, e num grupo de vendedores (que é constituído pelas empresas, que vendem bens e serviços, e também pelos proprietários de recursos) que estão do lado da oferta, e estabelecem contacto e realizam transacções entre si. A interacção existente entre os compradores e vendedores dá origem aos mercados.

Na economia moderna, os mercados respondem constantemente a questões como: o que produzir (que é determinado pelos votos monetários dos consumidores nas decisões das suas compras diárias), como produzir (esta questão é determinada pela concorrência entre os diferentes produtores), para quem produzir (que depende, em grande parte, da oferta e da procura nos

mercados de factores de produção). Ao fazer um balanço sobre todas as forças que operam na economia, os mercados procuram um equilíbrio entre a oferta e a procura (Samuelson e Nordhaus, 2010).

De acordo com Mendes *et al* (2015) a quantidade procurada de um bem ou serviço diminui quando preço desse mesmo bem aumenta, ou então, a quantidade procurada de um bem ou serviço aumenta quando o preço do bem diminui. Existem, porém, algumas variáveis que podem deslocar a curva da procura como: (1) a renda; (2) a propaganda; (3) os gostos e preferências dos consumidores; (4) a riqueza; (5) os factores climáticos e sazonais; (6) os hábitos; (7) as facilidades de créditos; (8) as expectativas sobre o futuro. Como pode ser observado no gráfico a seguir, a quantidade é negativamente relacionada ao preço:

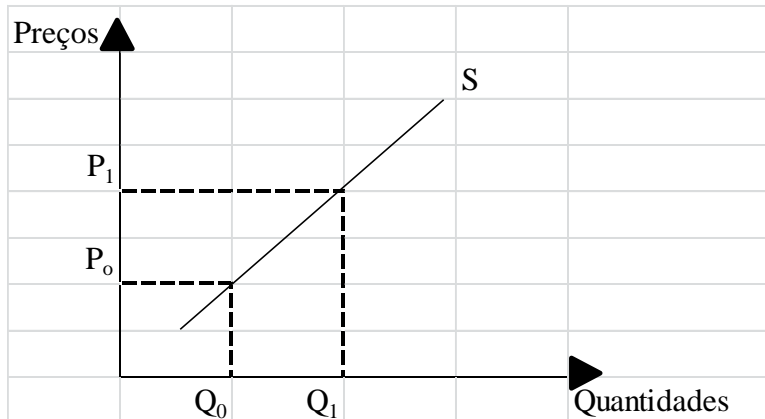
Figura 1. Curva da procura



Fonte: Elaboração da autora com base nas referências bibliográficas.

No caso da oferta, a quantidade ofertada aumenta à medida que o preço aumenta, e diminui quando o preço do bem diminui, (Mendes *et al*, 2015). As variáveis que podem deslocar completamente a curva da oferta são: (1) o número de vendedores; (2) a tecnologia; (3) a disponibilidade de insumos; (4) a expectativa. Existe uma relação positiva entre a quantidade ofertada e o preço do bem ou serviço, como podemos observar no gráfico abaixo:

Figura 2. Curva da oferta



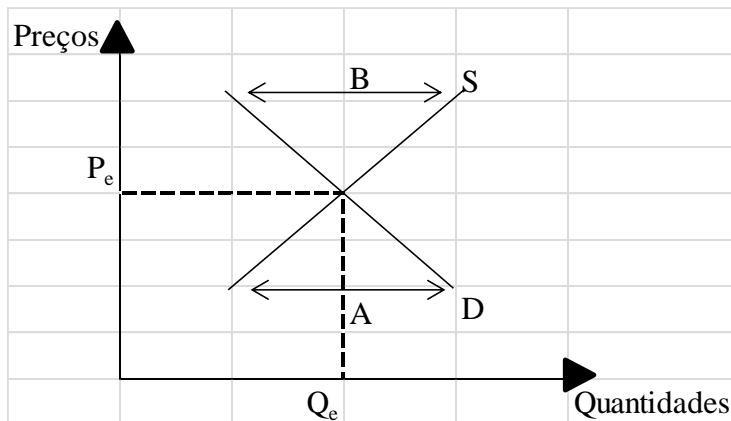
Fonte: Elaboração da autora segundo as referências bibliográficas.

De acordo com Bergo (2011), o equilíbrio de mercado representa o resultado da interação entre os consumidores e produtores.

Os mercados equilibram as forças da oferta e da procura, eles estabelecem o preço de equilíbrio que satisfaz conjuntamente os desejos dos compradores e dos vendedores, que são atendidos dentro das possibilidades produtivas de uma economia, (Uchôa, 2016).

Para Mendes *et al* (2015), a intersecção entre a curva da procura e da oferta identifica o ponto em que tanto os consumidores como os produtores se encontram satisfeitos. É neste ponto onde temos o equilíbrio de mercado, como podemos ver no gráfico 3:

Figura 3. Equilíbrio entre a oferta e a procura



Fonte: Elaboração da autora de acordo com as referências bibliográficas.

Nota-se que acima do preço de equilíbrio, para qualquer preço dado, a quantidade oferecida é maior que a quantidade procurada, ou seja, há um excedente da quantidade oferecida sobre a quantidade procurada. Ao passo que, abaixo do preço de equilíbrio, a quantidade oferecida é menor que a quantidade procurada, isto é, há escassez da quantidade oferecida sobre a quantidade procurada.

Porém, o sistema de mercados origina prejuízos e lucros para induzir as empresas a produzirem eficientemente os bens desejados, (Samuelson e Nordhaus, 2010).

Samuelson e Nordhaus (2010) afirmam que embora o mecanismo do mercado seja uma forma admirável de alocar bens e produzir, por vezes as falhas do mercado levam a um deficiente resultado económico. Essas falhas podem ser corrigidas através da intervenção dos governos, onde o seu papel numa economia moderna é o de assegurar a eficiência, corrigir uma repartição injusta do rendimento e promover a estabilidade e crescimento económico.

As falhas de mercado existentes mostram-nos que o mercado não consegue resolver todos os problemas que estejam relacionados com a alocação de recursos escassos de uma sociedade, (Lemos, s/d).

Havendo falhas de mercado significa que há ineficiências económicas que têm de ser corrigidas, (Silva, 2013).

As falhas de mercado são entendidas como sendo a situação em que existe um serviço ou bem que afecta o bem-estar dos indivíduos, de acordo com o argumento da função da utilidade, ou então, a situação em que existe um bem ou serviço que afecta os custos de uma determinada empresa, de acordo com o argumento da função de produção, (Pereira *et al*, 2009).

São consideradas como as principais falhas de mercado as externalidades, os bens públicos, a informação assimétrica e a concorrência imperfeita.

Estamos perante Externalidades quando a acção de um determinado agente económico afecta de forma significativa o bem-estar de outro agente económico, e esse efeito não é transmitido através do sistema de preços, (Silva, 2013).

As externalidades podem ser positivas (como a construção de uma rede de auto-estradas ou campanhas de vacinação) ou negativas (como o aquecimento global ou a poluição atmosférica) quando originam uma melhoria ou deterioração da produção ou bem-estar de outros agentes económicos.

Para Longo (1983) *apud* Soares (1999), uma externalidade é uma imposição de um efeito externo causado a terceiros, gerada em uma relação de troca.

Em economia, um Bem Público é aquele que apresenta como características: (1) o facto de ser indivisível, o que faz com que todos tenham o mesmo acesso a este bem; (2) não é exclusivo de uma pessoa; (3) não é necessário haver rivalidade para que todos consumam., (Krugman e Wells, 2007). Temos como exemplos a defesa nacional ou a iluminação das vias públicas.

Resende (2019) define a Informação Assimétrica ou privilegiada como sendo a situação em que algumas pessoas possuem informações que não revelam às outras pessoas que não a possuem, e que são necessárias para a tomada de decisões precisas. Por exemplo: a falta de regulação da informação sobre os bens de consumo através da Direcção Geral da Defesa ao Consumidor.

Entretanto, o mercado é o meio mais simples e mais complexo de alocação de recursos pois existem circunstâncias em que este não é capaz de fazer de forma eficiente o processo de alocação e distribuição de recursos, (Mendes *et al*, 2015).

3.3. Estrutura de mercados

A análise das estruturas de mercado aborda a maneira como estão organizados os mercados e como é determinado o preço e a quantidade de equilíbrio nesses mercados, (Vasconcellos, 2002).

Para Ribeiro (2015), são várias as características que estabelecem a estrutura de um mercado, como: (1) o número de empresas existentes; (2) o número de consumidores; (3) a existência de produtos que sejam não substitutos próximos; (4) a existência ou não de barreiras à entrada no mercado.

Através da estrutura de mercado percebemos se pode ou não haver uma concentração do poder de modo que um indivíduo ou grupo de indivíduos exerça algumas vantagens sobre os outros agentes e, desse modo, possa obter mais benefícios como por exemplo o lucro, (Ribeiro, 2015).

Outro factor importante notório nos mercados de acordo com Ribeiro (2015), é que quanto maior for a barreira à entrada existente num mercado, maior será o grau de controlo competitivo.

De acordo com Fisher (1979) *apud* Couto (2017), uma barreira à entrada é algo que impede a entrada de uma empresa no mercado quando esta é socialmente benéfica. Autores como Samuelson e Nordhaus (2010) defendem que quando as barreiras são elevadas o mercado pode ter um número reduzido de empresas e, por sua vez, uma pressão reduzida para competirem.

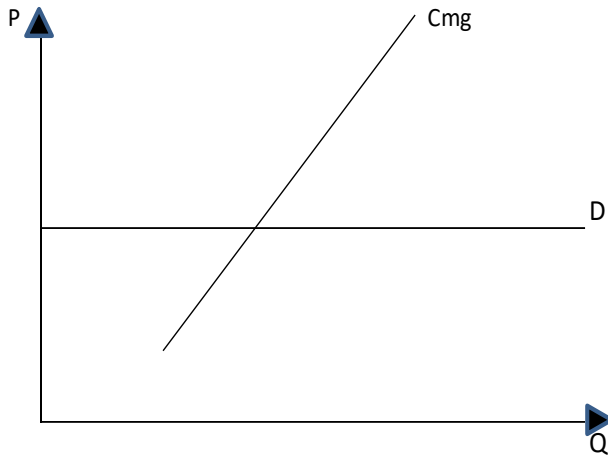
São apresentados como tipos de estrutura de mercados a concorrência perfeita e a concorrência imperfeita.

Na Concorrência Perfeita há uma situação de mercado em que existem muitos consumidores e vendedores, sem nenhum poder individual para estipular os preços existentes no mercado, que acabam obedecendo à “mão invisível”, conforme descreveu Adam Smith na obra intitulada a Riqueza das Nações em 1776, (Magalhães *et al*, 2008).

Em suma, para Magalhães *et al* (2008) a concorrência perfeita é uma teoria da economia que foi construída apenas para demonstrar que as demais estruturas de mercado são imperfeitas. Em todas as empresas os seus produtos são homogéneos, e não existem barreiras à entrada ou saída do mercado e existe uma total transparência do mercado (há pleno conhecimento dos consumidores e vendedores em relação ao processo de produção, os níveis de oferta, etc). A concorrência perfeita também é considerada como o mundo dos price-takers, em português significa aceitantes de preços, (Samuelson e Nordhaus, 2010).

Samuelson e Nordhaus (2010) admitem que na concorrência perfeita, as empresas concorrenciais maximizam os seus lucros, e para tal efeito a empresa escolheria o nível de produção em que o preço seja igual ao custo marginal de produção, isto é, $P = CMa$. Representando graficamente, o equilíbrio da empresa concorrenciais ocorrerá onde a curva ascendente do custo marginal de produção (CMa) intersectar a sua curva da procura horizontal:

Figura 4. Equilíbrio da empresa concorrencial



Fonte: Samuelson e Nordhaus (2010).

Adam Smith descobriu uma propriedade notável de uma economia de mercado concorrencial:

“Em concorrência perfeita, e não existindo falhas de mercado, os mercados irão conseguir obter dos recursos disponíveis tantos bens e serviços úteis quantos os possíveis. Mas, quando os monopólios, a poluição ou idênticas falhas de mercado se tornarem preponderantes, as propriedades notáveis de eficiência da mão invisível podem ser destruídas”(Samuelson e Nordhaus, 2010:30).

Quando uma empresa influencia os preços do mercado a crescerem acima dos custos, e conduz as compras dos consumidores abaixo dos níveis de eficiência, essa mesma empresa é designada como sendo um concorrente imperfeito.¹⁰

Esta concorrência imperfeita decorre de duas causas principais, que são: (1) na primeira causa, os sectores de actividade tendem a ter poucos produtores quando existem economias significativas da produção em larga escala e custos decrescentes, neste caso as grandes empresas podem produzir mais barato e vender abaixo das pequenas empresas que não podem sobreviver no mercado; (2) para a segunda causa, os mercados tendem mais para a concorrência imperfeita quando existem as famosas barreiras à entrada que não facilitam a entrada no ramo de actividade

¹⁰ <https://pt.slideshare.net/sergiomacore/concorrenca-imperfeita.60353385>, consultado em 15/11/2020.

a novos concorrentes, que podem resultar de leis ou regulamentações do estado que limitam o número de concorrentes, (Samuelson e Nordhaus, 2010).

A Concorrência Imperfeita corresponde a estrutura de mercado em que se verifica a existência de pelo menos uma empresa ou consumidor que tenha poder suficiente para influenciar o preço do mercado, (Vasconcellos, s/d). Os principais tipos de concorrência imperfeita são a concorrência monopolística, o monopólio e o oligopólio; mas também existem outros tipos de concorrência imperfeita como o monopsónio, oligopsónio, duopólio e o duopsónio.

O quadro abaixo apresenta de forma sintetizada as características das estruturas de mercados que foram mencionadas.

Tabela 1. Caracterização dos tipos de estruturas de mercado

Estruturas de mercado	Caracterização dos tipos de estruturas de mercados						
	Oferta	Procura	Tipo de produto	Barreiras à entrada no mercado	Característica do fluxo de informação	Poder sobre o preço	Exemplos
Concorrência perfeita	Muitas empresas	Muitos consumidores	Homogêneos	Livre saída e entrada de empresas	Transparência	Nenhum	Produtos agrícolas e mercados
Concorrência monopolística	Muitas empresas	Muitos consumidores	Diferenciado	Livre saída e entrada de empresas	Boa visibilidade	Algum	Faculdades e comércio a retalho
Monopólio	Uma única empresa	Muitos consumidores	Sem substitutos próximos	Barreiras à entrada de empresas	Opacidade	Total poder do lado da oferta	Distribuição de água ou energia
Monopsónio	Muitas empresas	Um único consumidor	Sem substitutos próximos	Livre saída e entrada de empresas	Opacidade	Total poder do lado da procura	Construção da ponte Maputo-Siderurgia, produtos químicos e
Oligopólio	Poucas empresas	Muitos consumidores	Nenhuma ou pouca diferença	Barreiras à entrada de empresas	Visibilidade limitada	Algum	Empresas de descaroçam
Oligopsónio	Algumas empresas	Poucos consumidores	Similares	Existência de barreiras	Visibilidade limitada	Algum	
Duopólio	Duas empresas	_____	Homogêneos	Barreiras à entrada de empresas	_____	Algum	2M e a Txilar
Duopsónio	_____	Dois consumidores	Homogêneos	Barreiras à entrada de empresas	_____	Algum poder do lado da	_____

Fonte: Elaboração da autora de acordo com as referências bibliográficas.

Magalhães *et al* (2008) afirmam que apesar da concorrência monopolística apresentar uma semelhança com a concorrência perfeita no que tange ao número de vendedores e consumidores, acabam se diferenciando no tipo de produto que as empresas produzem e nas barreiras existentes à entrada do mercado. Enquanto na concorrência perfeita os produtos são homogêneos, na concorrência monopolística os produtos são diferenciados. E, embora apresentando vários produtores, cada produtor actua como o monopolista do seu produto.

Para Ribeiro (2015), existem alguns factores que representam barreiras à entrada de outras empresas no mercado monopolista, que são: (1) dimensão reduzida do mercado; (2) existência de patentes; (3) protecção oferecida por leis governamentais; (4) controle das fontes de suprimento de matérias-primas; (5) escala mínima de produção.

No monopólio verifica-se a existência de uma única empresa produtora que vende um produto que não possui substitutos próximos, e esta mesma empresa é designada de *price-maker*, ou seja, é o monopolista que fixa o preço do produto, e existem muitos compradores de pequena dimensão para este tipo de mercado que são os *price-takers*, (Silva,2018).

De acordo com Pereira *et al* (2009) existem duas razões para a existência do monopólio, (1) a primeira justifica-se por existirem economias de escala a produção de forma que os custos médios de produção diminuam com os níveis crescentes de produção, se tornando potencialmente mais vantajoso que exista uma única empresa no mercado (este caso é usualmente designado por monopólio natural); (2) a segunda razão deve-se ao facto de existirem regulamentos públicos ou outras formas de barreiras à entrada que impeçam aos eventuais concorrentes de entrarem no mercado, mesmo em condições de custos de produção constantes.

O monopsónio é uma estrutura análoga do monopólio, mas apresenta um único consumidor, (Mangalhães *et al*, 2008).

De acordo com Krugman e Wells (2007), quando nos é apresentado um cenário em que existe uma indústria que contém poucos vendedores, estamos perante ao oligopólio. Normalmente, nesta estrutura de mercado existe um grande número de consumidores, e apenas uma pequena parcela dos vendedores domina o mercado tendo o controlo dos seus produtos.

Semelhantemente, o oligopsónio apresenta uma analogia ao oligopólio, porém o domínio do mercado pertence ao pequeno número de consumidores, (Magalhães *et al*, 2008).

O duopólio ocorre quando duas empresas abastecem o mercado. Neste caso, admitimos que as duas empresas apresentam uma estrutura de custos e procura iguais, (Samuelson e Nordhaus, 2010).

Figueiredo (2007) afirma que a vantagem do duopólio é que cada uma das empresas pode escolher entre cobrar o seu preço normal, ou então, descer o preço abaixo dos custos marginais e tentar levar a empresa rival à falência e depois conquistar totalmente o mercado.

A estrutura do duopsónio é caracterizada por ser o inverso do duopólio. No mercado do duopsónio existem apenas duas empresas consumidoras de um determinado serviço ou bem, face a muitas outras empresas vendedoras, (Figueiredo, 2007).

3.4. Descrição dos produtos agrícolas em estudo

O conceito de produção agrícola é utilizado na área da economia para fazer referência ao tipo de produtos e benefícios que uma actividade como a agrícola pode gerar.¹¹

Quanto à descrição dos produtos agrícolas em estudo, foram descritos de forma sumária a origem, a expansão e as condições climáticas da batata reno e do tomate. A batata e o tomate, estão entre os produtos agrícolas mais importantes do mundo. Assim sendo, ao longo do ano, há ocorrência destes produtos agrícolas em maior ou menor quantidade.

- *Batata-reno*

A batata (*Solanum tuberosum* L.) é uma planta herbácea, nativa da América do Sul, da Cordilheira dos Andes, que foi consumida por populações nativas em tempos remotos há mais de 8.000 anos. A sua introdução na Europa, por volta do ano de 1570, fez com que a espécie fosse seleccionada para tuberização em dias longos. Aproximadamente em 1620, foi levada da Europa para a América do Norte, onde se tornou um alimento popular. Por conseguinte, espalhou-se para

¹¹ <https://queconceito.com.br/producao-agricola>, consultado em 21/07/2020.

muitos outros países. As melhores produções de batata têm sido observadas em regiões de fotoperíodos longos e temperaturas amenas (15° C a 20° C), durante a estação de crescimento, (PESD, 2017).

A batata pertence ao género *Solanum*, da família Solanaceae, que contém mais de 2000 espécies, embora somente cerca de 150 espécies produzam tubérculos. Além de conter carboidratos, a batata também contém vitaminas, sais minerais e proteínas, (António, 2009).

- *Tomate*

O tomateiro (*Solanum lycopersicum*) é uma planta cujo fruto é o tomate, originário da região dos Andes (do norte do Chile até a Colômbia), apesar de ter sido cultivado inicialmente na região do México. No século XVI com a colonização das Américas, o tomate foi levado para a Europa, inicialmente para a Espanha e Itália, países nos quais se adaptou facilmente, devido ao clima mediterrâneo. Actualmente, este fruto é cultivado por todo o mundo, (Naika *et al*, 2006).

O tomate também pertence à família Solanaceae. Esta família inclui também outras espécies conhecidas como o tabaco, a beringela e os pimentos.

4. Metodologia

4.1. Descrição dos métodos e estratégia de recolha de dados da investigação

O presente trabalho foi desenvolvido a partir da problemática dos mecanismos da fixação de preços dos produtos agrícolas (a batata-reno e o tomate) no Mercado Grossista do Zimpeto, entre os períodos de 2018 a 2020.

Em termos de abordagem do problema, o trabalho de investigação baseou-se em dois métodos de pesquisa, dentre eles: a pesquisa qualitativa e a quantitativa. Conforme destaca Minayo (2001), a pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenómenos que não podem ser reduzidos á operacionalização das variáveis.¹²

De acordo com Guerra (2014), a pesquisa quantitativa é uma abordagem que permite a operacionalização e quantificação de variáveis para o estudo de uma população através de amostras.

Quanto aos objectivos, a pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva. Carmo e Ferreira (2008) argumenta que a pesquisa exploratória visa proporcionar maior familiaridade com o problema, com vista a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Para Marconi e Lakatos (2000) nos estudos descritivos o pesquisador procura conhecer e interpretar a realidade sem nela interferir para poder modificá-la.

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos a utilizar, a investigação fundamentou-se principalmente no estudo de caso que de acordo com Yin (2001) *apud* Gil (2002), é encarado como o delineamento mais adequado para a investigação de um fenómeno contemporâneo dentro do seu contexto real, onde os limites entre o fenómeno e o contexto não são claramente percebidos. Mas também, recorreu a pesquisa bibliográfica que é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos, (Gil, 2002).

¹² <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>, consultado em 03/03/2020

4.2. Percurso da investigação

Para a realização do trabalho de investigação foi seguido o seguinte percurso:

- Recolha de material bibliográfico relacionado com os tipos de mercado e a formação de preços;
- Definição dos principais conceitos envolvidos no tema de investigação a partir do material bibliográfico;
- Pesquisas prévias que trataram sobre o objecto ou local de realização da investigação;
- Observação no terreno para a recolha de dados adicionais;
- Levantamento de dados estatísticos para posterior tratamento e análise.

4.3. Selecção da Amostra

Amostra é o conjunto do universo ou população, por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características desse universo ou população, (Gil, 2002).

Na presente pesquisa, foi definida a amostragem não-probabilística intencional. Segundo Silva e Menezes (2005:32) neste tipo de amostragem são escolhidos casos para a amostra que representem o “bom julgamento” da população/universo.

Deste modo, fizeram parte da amostra desta investigação cinco (5) vendedores do Mercado Grossista do Zimpeto, que possuem bancas de batata-reno e tomate.

4.4. Tratamento e análise dos dados

Após a colecta de dados, estes foram elaborados e classificados de forma sistemática.

Quanto ao tratamento dos dados quantitativos, foram recolhidas as informações acerca dos preços dos produtos agrícolas (a batata-reno e o tomate) ao longo dos anos em estudo, adicionados e organizados em uma planilha que foi criada com o auxílio do programa estatístico

denominado por Excel, que a partir deste programa foram realizados cálculos e a sua respectiva representação gráfica.

4.5. Limitações da investigação

Para a cobertura da proposta de investigação as principais limitações foram:

- Dificuldade na obtenção de referências bibliográficas para determinados temas;
- Dificuldade de recolha de dados devido a pandemia da Covid-19;
- Dificuldade na recolha de dados no Mercado Grossista do Zimpeto por parte dos vendedores (por temerem possíveis represálias);
- Dados disponíveis não actualizados.

4.6. Modelo de análise

O modelo de análise de investigação corresponde a um sistema coerente de conceitos e de hipóteses operacionais, articulados entre si, (Quivy e Campenhoudt, 1992).

O conceito-chave do trabalho de investigação se refere aos produtos agrícolas.

Quanto a operacionalização de conceitos, este baseou-se no conceito-chave do trabalho. Tanto a nível de produção como a nível de mercado, os produtos agrícolas possuem características próprias que os diferenciam dos produtos industriais.

Tabela 2. Operacionalização do conceito de produtos agrícolas

Conceito	Características	Reflexo	Impacto
Produtos agrícolas	Grande número de produtores	Negativo	Dificuldade em controlar a produção.
	Factores incontroláveis (clima, pragas e doenças)	Negativo	Dificuldade em prever o volume de produção.
	Produção sazonal	Negativo	Incide sobre os transportes, armazenamento e processamento.
	Inelasticidade-preço da procura	Negativo	Maiores variações nos preços dos produtos.
	Inelasticidade-renda dos produtos agrícolas	Negativo	Para países com renda alta, o aumento da procura por produtos agrícolas depende mais do crescimento da população e não da renda.
Positivo		Para países com renda baixa, o aumento da procura por produtos agrícolas não depende do crescimento da população, mas depende da renda.	

Fonte: Elaboração da autora com base nas referências bibliográficas

5. Apresentação, análise e interpretação de dados

5.1. Formação de preços dos produtos agrícolas

Para a produção da batata-reno ou do tomate, o produtor necessita de saber qual será o preço mínimo da sua produção antes de cultivar, de forma a permitir uma previsão da receita esperada e decidir sobre o tamanho da terra para alocar as culturas praticadas.

A dificuldade da formação de preços para a venda de qualquer produto pode atingir a cadeia produtiva¹³, a partir do fornecedor da matéria-prima, aos produtores, distribuidores, retalhistas e até ao consumidor.

Para Carvalho (s/d), a formação de preços não visa simplesmente o aumento da receita¹⁴ do produtor, mas também a combinação do preço e volume mais lucrativo, porque nem sempre uma maior receita significa um lucro maior. Esta mesma formação pode ser resumida pela seguinte equação:

$$\text{Custos de produção} + \text{Lucro} + \text{Despesas variáveis} = \text{Preço de venda}$$

Segundo Holland (1998) *apud* Chambo (2013), para qualquer produto na formação do seu preço final, cada actor toma em conta os custos associados com a produção ou a transacção do produto, bem como a margem de lucro que se pretende alcançar com a sua comercialização.

O sistema de custos de produção¹⁵ é o principal factor que influencia a formação de preços dos produtos agrícolas. Também existem outros factores como as despesas¹⁶, o lucro¹⁷, a margem de contribuição e a concorrência, (Carvalho, s/d).

¹³ A cadeia produtiva pode ser definida como um conjunto de elementos (empresas ou sistemas) que interagem num processo produtivo para a oferta de produtos ou serviços ao mercado consumidor, (Silva, 2005).

¹⁴ Receitas são todos os recursos oriundos das vendas de mercadoria ou prestação de serviços, (Vasconcellos, 2002).

¹⁵ Os custos de produção se referem a quantia gasta pela empresa ao comprar e utilizar insumos para a produção, pretendendo viabilizar a quantidade produzida, (Mankiw, 2002).

¹⁶ As despesas são os gastos necessários para a obtenção da receita da empresa, (Vasconcellos, 2002).

¹⁷ Os lucros são as receitas líquidas, ou a diferença existente entre as vendas e os custos totais, (Samuelson e Nordhaus, 2010).

Existem alguns elementos que devem ser tomados em consideração na formação de preços dos produtos agrícolas, como é o caso dos preços dos produtos dos concorrentes e o preço dos produtos similares ou substitutos.

Para o caso da batata-reno que pode ser substituída pela batata-doce ou mandioca, quanto menor for o preço desses produtos em relação a batata-reno, maior será a queda na procura deste produto e conseqüentemente haverá uma baixa no preço do produto.

A formação dos preços dos produtos agrícolas também é feita via mercado, através da interacção entre a oferta e a procura. No mercado grossista e a retalho, os preços cobrados se diferem dos preços recebidos pelos produtores.

Os retalhistas conseguem obter preços maiores devido à concentração do mercado e a assimetria de informações presentes na cadeia dos produtos agrícola, indicando o baixo nível da organização da cadeia e dos mercados que se envolve, (Fernandes *et al*, 2008).

No processo da formação dos preços dos produtos agrícolas em Moçambique, o governo assume um papel relevante, principalmente no caso das culturas de rendimento.

Em Moçambique, os preços ao produtor agrícola dependem dos seguintes factores de mercado:

“ (1) Da procura e sua relação quantitativa com a oferta e as variações sazonais como a consequência das épocas de colheita; (2) as importações, principalmente para o sul do país e em especial para a cidade de Maputo; (3) os elevados custos de transporte entre o norte e o centro (zonas produtoras) com o sul (zona deficitária); (4) as dificuldades da circulação de bens agrícolas das zonas produtoras em consequência do estado de estradas de nível secundário e terciário; (5) a fraqueza (baixa cobertura espacial e pouca capacidade) da rede comercial fixa, implica que uma parte significativa da comercialização seja realizada por agentes económicos que surgem no meio rural nos períodos da colheita; (6) dispersão e pequena escala dos produtores, o que dificulta a actuação das empresas de comercialização e a capacidade negocial dos produtores, bem a capacidade de fornecimento de volumes elevados e de forma continuada (por exemplo no abastecimento da indústria), (Mosca e Abbas, 2013:6).”

De acordo com Fernandes *et al* (2008), a interacção existente entre as regiões produtoras e a forma como influenciam na formação do preço, são dois aspectos importantes para se ter em conta no estudo do mercado agrícola.

No caso particular dos produtos de produção nacional, existe um factor que tem um papel importante na formação dos preços dos produtos agrícolas, que é a precariedade de infra-estruturas de transporte, o que resulta em altos custos de transporte, dispersão da população e sazonalidade da produção, (Chambo, 2013).

A literatura económica relata a tendência para a queda dos preços dos produtos agrícolas a longo prazo. Para Mosca e Abbas (2013), existem evidências de que a procura dos bens alimentares de primeira necessidade é inelástica¹⁸ devido às pequenas variações de curto prazo da população (volume de consumidores) e dos rendimentos.

5.2. Variação de preços dos produtos agrícolas

A batata-reno e o tomate fazem parte da cesta básica nacional definida pelo MISAU, e dos produtos agrícolas que são comercializados no mercado grossista do Zimpeto.

Os preços destes produtos variam em função da disponibilidade e época do ano.

Ao longo do ano, contrariamente a batata-reno, a oferta do tomate é relativamente estável, com realce para alguns meses em que a sua oferta normalmente fica acima da média.

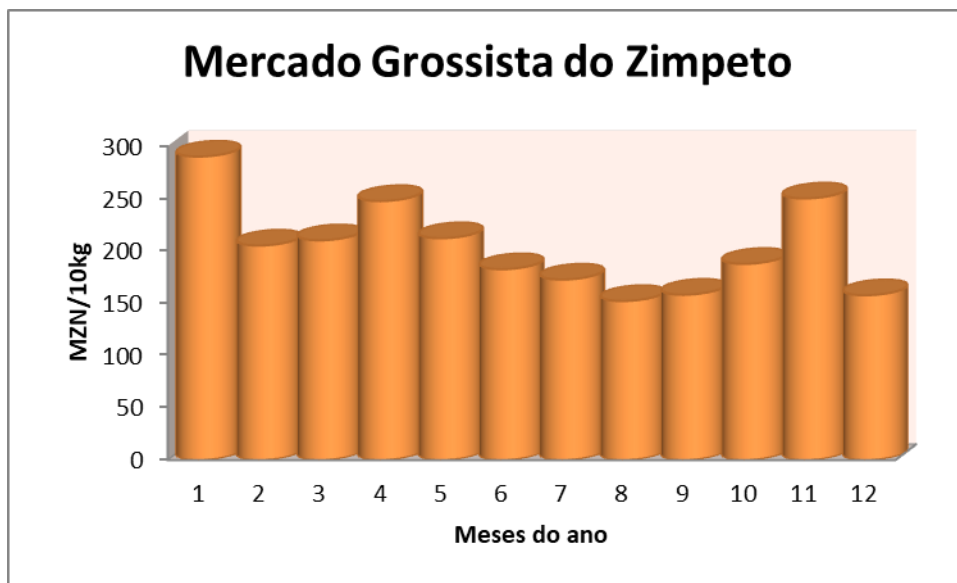
Nas transacções do mercado os preços dos produtos agrícolas oscilam diariamente. No mercado Grossista do Zimpeto, a batata-reno é vendida em montes com 1kg ou 2kg ou em sacos de papelão com capacidade de peso de 5kg e 10kg. O tomate é vendido em molhos ou em caixas de 10kg ou mais, dependendo da preferência do consumidor.

No sistema convencional, a produção do tomate tem uma variação no preço de acordo com a sua oferta, no inverno a produção é maior por isso que os preços são mais baixos que no verão. Já, o

¹⁸ Estamos perante a inelasticidade quando a quantidade procurada não responde fortemente a variações no preço, (Mankiw, 2002).

tomate orgânico dispõe de um preço que não costuma ter muita variação, mas o seu mercado é mais restrito, (Mucavele, 2015).

Figura 5. Preço médio da batata-reno no ano de 2018 (MZN por 10kg)



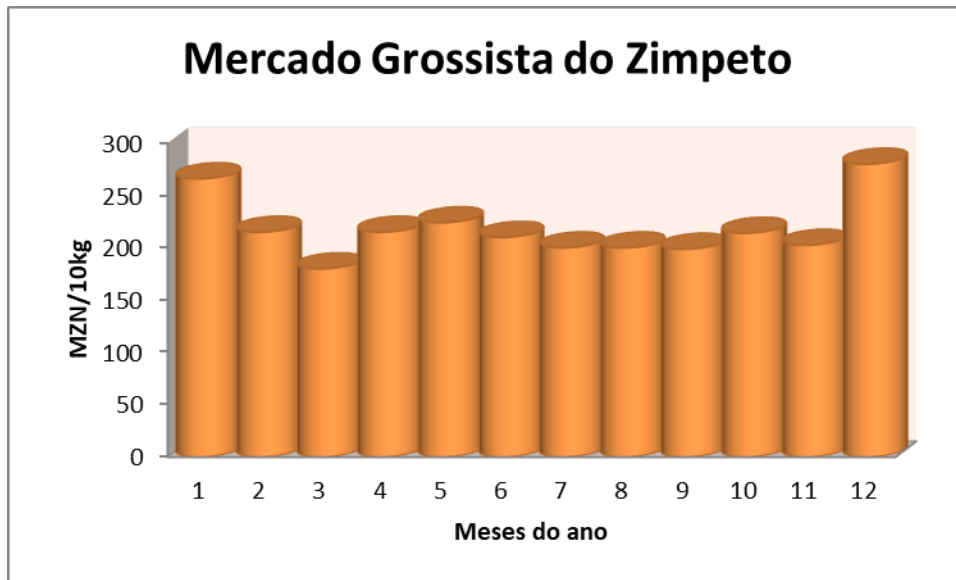
Fonte: Elaboração da autora de acordo os boletins de preços dos bens alimentares da OMR.

Do gráfico acima, observa-se que o mês com o maior preço médio é Janeiro com 290 MZN/10kg.

Existe uma grande variação nos preços médios da batata-reno ao longo do ano. Depois do mês de Abril (que apresenta o preço médio de 247.5 MZN/10kg) houve um grande decréscimo no preço médio da batata-reno, até ao mês de Agosto (152 MZN/10kg), e a partir daí os preços subiram até Novembro (tendo o preço médio de 250 MZN/10kg).

O menor preço médio da batata-reno se verificou no mês de Agosto. Surpreendentemente, o mês de Dezembro apresenta o segundo menor preço médio da batata-reno configurado no gráfico, com 157.5 MZN/10kg.

Figura 6. Preço médio da batata-reno no ano de 2019 (MZN por 10 kg)



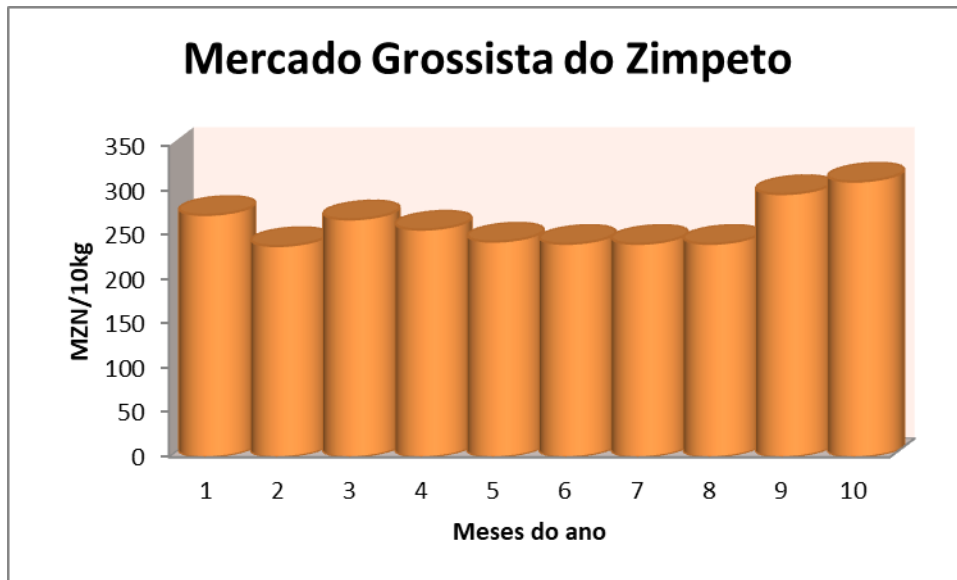
Fonte: Elaboração da autora com base nos boletins de preços dos bens alimentares da OMR.

No gráfico 6, pode-se notar que o maior preço da batata-reno se verifica no mês de Dezembro com 280 MZN/10kg, o que é de se esperar pois o mês de Dezembro apresenta maior sazonalidade na procura da batata devido a quadra festiva.

O mês de Março é o que apresenta o menor preço médio da batata-reno com o valor de 180 MZN/10kg.

Em comparação ao ano de 2018, não existe uma grande variação nos preços médios da batata-reno ao longo do ano. Nos meses de Julho e Agosto os preços médios da batata-reno são constantes, avaliados em 200 MZN/10kg.

Figura 7. Preço médio da batata-reno no ano de 2020 (MZN por 10kg)



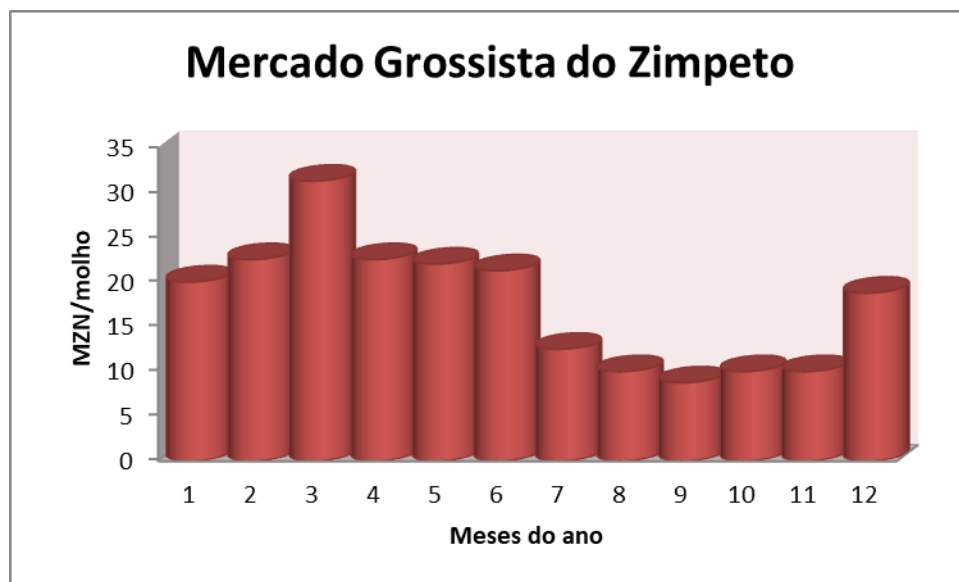
Fonte: Elaboração da autora a partir dos boletins de preços dos bens alimentares da OMR.

No gráfico acima, só foram analisados dez meses, de Janeiro a Outubro de 2020. O mês de Fevereiro apresenta o menor preço da batata-reno com 237.5 MZN/10kg.

Igualmente ao ano de 2019, em 2020 não há uma grande variação dos preços médios da batata-reno. Nos meses de Junho a Agosto os preços médios da batata-reno são constantes com o valor de 240 MZN/10kg.

O maior preço médio da batata-reno esteve presente no mês de Outubro, tendo como preço médio 310 MZN/10kg.

Figura 8. Preço médio do tomate no ano de 2018 (MZN por molho)



Fonte: Elaboração da autora com suporte dos boletins de preços dos bens alimentares da OMR.

Pelo gráfico 8 acima representado, é possível observar que o maior preço médio foi no mês de Março com 31.25 MZN/molho.

Existe uma variação visível do preço médio do tomate, com um decréscimo de Março até Setembro (que apresenta o preço médio de 8.75 MZN/molho).

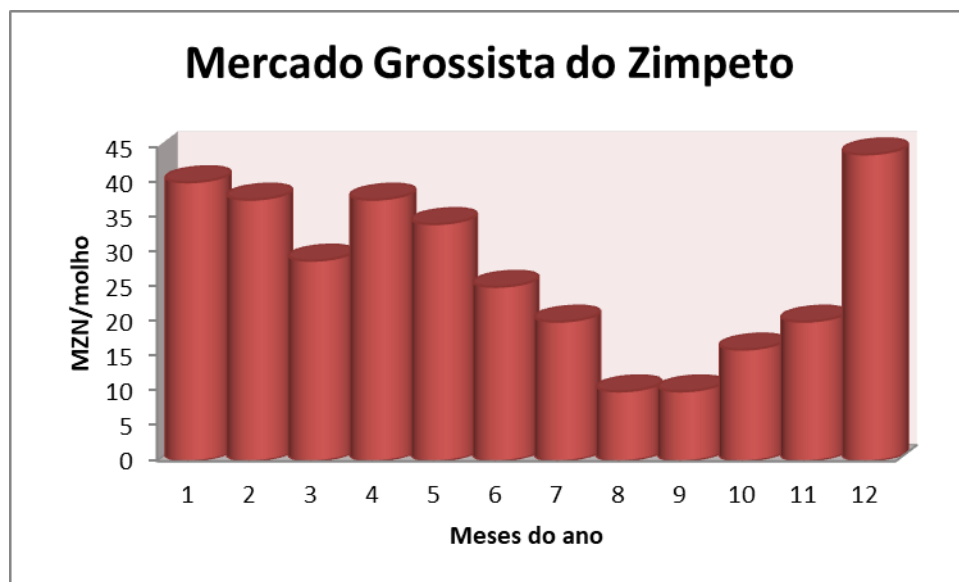
Entre os meses de Julho a Novembro os preços médios do tomate são relativamente baixos, devido à abundância do fruto nesta época, após esse período, os preços tendem a elevar-se.

Os preços médios são constantes nos meses de Outubro e Novembro em 10 MZN/molho.

Nos meses de Fevereiro e Abril, o tomate foi comercializado com o mesmo preço médio (22.5 MZN/molho).

O menor preço médio foi observado no mês de Setembro com 8.75 MZN/molho.

Figura 9. Preço médio do tomate no ano de 2019 (MZN por molho)



Fonte: Elaboração da autora baseado nos boletins de preços dos bens alimentares da OMR.

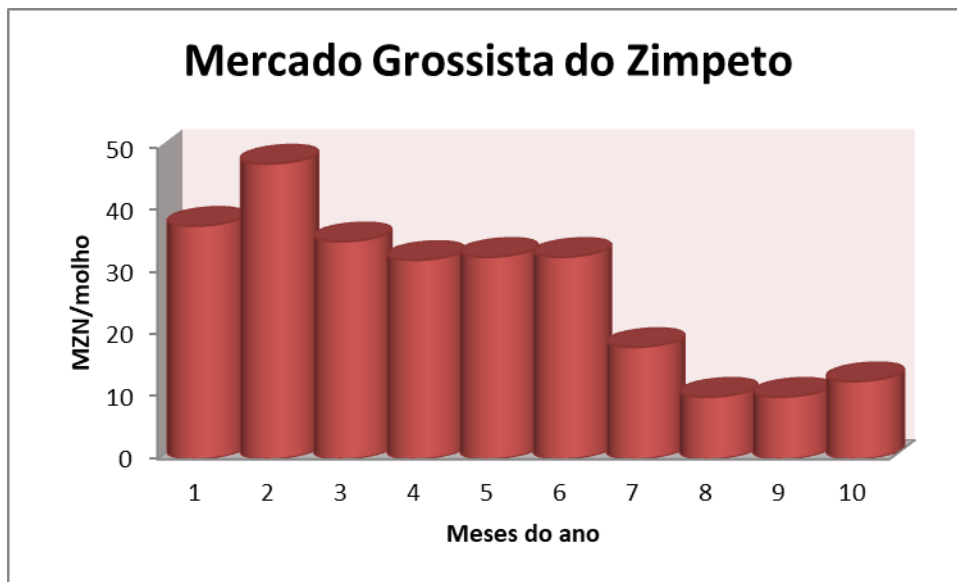
A partir do gráfico 9, nota-se que o menor preço médio está nos meses de Agosto e Setembro com 10 MZN/molho. Esta análise não é surpreendente, porque entre os meses de Julho (que apresenta um preço médio de 20 MZN/molho) a Novembro (com 20 MZN/molho) existe uma abundância do tomate, por isso é que os preços nesta época são baixos, mas depois disto eles sobem acima do dobro (de 20 MZN/molho para 44 MZN/molho).

O preço médio do tomate, ao longo da série analisada, apresentou variações ao longo do ano. Depois do mês de Abril houve uma redução do preço médio do tomate até ao mês de Setembro (com 10 MZN/molho).

Nos meses de Fevereiro e Abril (que tem o preço médio de 37.5 MZN/molho), ou então, Julho e Novembro (ambos com 20 MZN/molho), o tomate foi vendido com o mesmo preço médio.

Devido a quadra festiva, o maior preço do tomate foi no mês de Dezembro com o preço médio de 44 MZN/molho.

Figura 10. Preço médio do tomate no ano de 2020 (MZN/molho)



Fonte: Elaboração da autora segundo os boletins de preços dos bens alimentares da OMR.

Observando o gráfico 10, nota-se que foram analisados dez meses do ano de 2020, que são os meses de Janeiro a Outubro. O maior preço médio do tomate está presente no mês de Fevereiro com 47.5 MZN/molho.

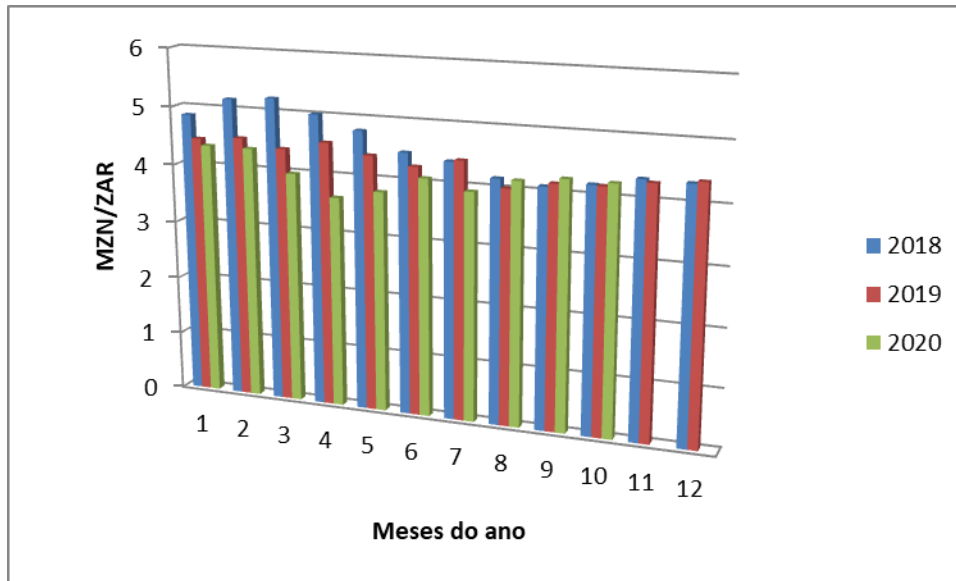
Igualmente aos anos de 2018 e 2019, existe uma variação dos preços médios do tomate. A partir de Julho (18 MZN/molho) a Outubro (12.5 MZN/molho) já se nota uma redução dos preços médios do tomate.

Existem duas épocas em que os preços médios do tomate são constantes, a primeira está entre os meses de Maio e Junho que apresentam o preço médio de 32.5 MZN/molho; a segunda época está entre os meses de Agosto e Setembro, com o preço médio de 10 MZN/molho.

5.3. Factores sobre a fixação de preços dos produtos agrícolas

5.3.1. Taxa de câmbio¹⁹

Figura 11. Câmbios médios por unidade de moeda (o metical face ao rand)



Fonte: Elaboração da autora de acordo com os dados do BM.

Do gráfico acima, pode-se verificar que 2018 foi um ano que o metical apresentou uma depreciação bastante acentuada face ao rand nos últimos 3 anos, isso tendo em conta os primeiros três trimestres do ano. Essa depreciação registou o pico de 5.23 que representa um valor histórico nos últimos 3 anos.

A depreciação de 2018 deveu-se consequentemente pelas questões de natureza económica e climática. No mesmo ano, houve um impacto das cheias, ciclone Idai e Kenneth que influenciou a balança de pagamentos, e também acabávamos de sair de um período (2017) em que os doadores acabavam de anunciar um *freezy* (devido às dívidas ocultas) em Moçambique que se sentiu no ano de 2018.

Olhando para o ano de 2019, o metical continuou com a mesma tendência de uma depreciação nos primeiros meses do ano.

¹⁹ A taxa de câmbio é o preço de uma moeda em relação à outra, (Branchieri, 2002).

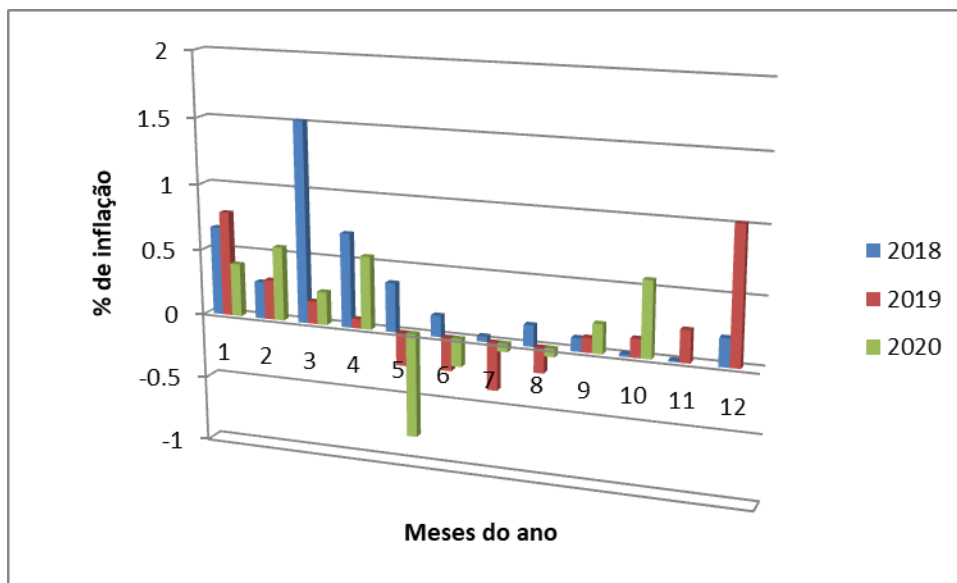
O cenário que tivemos para o ano de 2020 foi diferente. Nos primeiros meses o metical apreciou face ao rand porque a África do Sul já estava a ressentir-se na pandemia da covid-19 que foi uma época em que reduziram os níveis de produção e produtividade, isso foi acontecendo até ao mês de Maio.

Contudo, para os 3 anos há uma característica comum, existe uma intersecção que se justifica pela sazonalidade causada pelo período de festas (que é o período de maior consumo em Moçambique), e nesta intersecção os valores são muito próximos.

No geral, o metical é uma moeda que vem apresentando uma flutuação face ao rand.

5.3.2. Inflação²⁰

Figura 12. Variação mensal da inflação (%)



Fonte: Elaboração da autora com base nos dados do INE.

Pelo gráfico acima representado, demonstra-se que em Março de 2018 houve um pico da taxa de inflação. Mas também, Moçambique teve uma deflação pouco significativa que pode ter sido

²⁰ Inflação ou taxa de inflação é a percentagem anual do aumento no nível geral de preços, (Samuelson e Nordhaus, 2010).

fomentada pela maior procura dos bens sucedâneos, diminuindo os preços dos produtos alimentares, devido ao efeito da menor procura.

Em 2019, iniciamos o ano com um bom nível de stock de produtos de primeira necessidade. Mas, por sua vez, o ciclone Idai e Kenneth reduziram o poder de compra no país, e consequentemente a economia não estava a gerar receitas, mesmo o governo que é um dos maiores consumidores reduziu bastante o seu consumo devido a estes factores.

Em 2020 a inflação baixou muito devido a pandemia do covid-19, as pessoas não estavam a consumir tanto quanto nos outros anos, as escolas, universidades, e outras entidades encerraram fazendo com que não houvesse uma pressão sobre os bens e serviços.

Entre os anos de 2019 e 2020 a inflação foi reduzindo derivado da demanda, isto é, a procura agregada²¹ reduziu porque a economia por si só não estava a produzir, houve ociosidade dos factores de produção, e esta situação voltou ao normal nos últimos períodos do ano onde há maior consumo (onde as expectativas das pessoas, que apesar de não terem dinheiro buscam o pouco que têm ou até mesmo o que pouparam no banco para consumir, há aquele comportamento sazonal), algumas empresas também vão pagando o décimo terceiro aos trabalhadores, possibilitando para que eles tenham mais dinheiro para consumir (neste caso há uma pressão nos bens e serviços e a inflação volta a aumentar sempre no último trimestre).

5.3.3. Imposições aduaneiras

O governo tributa uma grande variedade de bens, e uma dessas variedades é referente aos bens importados, (Vasconcellos, 2002).

Os impostos sobre os bens alimentares afectam os preços, o consumo e as importações (comércio externo).

²¹ Em economia, a função da procura agregada mostra a relação de equilíbrio que tem de existir entre o produto e a inflação. Disponível em <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/28445/4/AS.AD.NOVO.pdf>, consultado em 30/11/2020.

Ao invés de subsidiar ou tributar um produto, o governo costuma fixar preços mínimos ou máximos. Ao longo do ano, existem preços que são fixados pelos vendedores, mas estes não podem exceder a margem de preços estipulada pelo governo.

Samuelson e Nordhaus (2010) afirmam que o imposto sobre um determinado bem leva à deslocação do equilíbrio entre a procura e a oferta. Os mesmos autores acrescentam que a incidência do imposto tende a sobrecarregar mais intensamente os consumidores do que os produtores, dependendo do grau de rigidez da procura em relação à oferta.

Em Moçambique, a pauta aduaneira constitui um dos principais instrumentos que regula o comércio externo, que é baseada na Nomenclatura do Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias (SH). A pauta aduaneira foi aprovada pela Organização Mundial das Alfândegas (OMA), (MCNet, 2019).

Os produtos agrícolas que são importados dos países membros²² subscritores da SADC estão isentos de tarifas aduaneiras, ou seja, existe uma livre circulação com o intuito de promover a agricultura.

De acordo com a pauta aduaneira de serviços de 2019, não existe uma taxa geral de importação das sementes da batata-reno, mas para o caso do tomate (fresco ou refrigerado) a taxa geral de importação é de 20 MZN/kg.

Quanto maior for o valor da taxa geral de importação dos produtos agrícolas, maior será o preço fixado no mercado. O vendedor irá cobrar no seu produto todos os custos com que se deparou no âmbito da importação, neste caso os mais prejudicados são os consumidores de baixa renda.

5.3.4. A pandemia da Covid-19

No contexto internacional, os preços dos insumos agrícolas (com algumas exceções) sofreram quedas reduzidas durante o primeiro semestre de 2020, mostrando a sua fraca relação com o

²² Os países são: Botswana, Lesotho, Malawi, Maurícias, Moçambique, Namíbia, África do Sul, Swazilândia, Seychelles, Tanzânia, Zâmbia e Zimbabwe. Disponível em www.mic.gov.mz/, consultado em 30/11/2020.

crescimento económico, esperando-se assim, que os preços dos produtos agrícolas se mantenham estáveis.²³

Para os países em via de desenvolvimento, a pandemia resulta em problemas de abastecimento do mercado, devido aos efeitos causados na produção dos alimentos básicos, (Soendergaard *et al*, 2020).

A covid-19 teve diversas repercussões na economia moçambicana. Dentre elas, importa destacar: (1) as flutuações na taxa de câmbio, do metical face ao rand, devido ao encerramento das fronteiras e a possibilidade de importação de bens alimentares através de agentes económicos licenciados, o que pode ter reduzido a oferta desses bens ou a concorrência dos mesmos; (2) o aumento dos custos de transporte para importação e deslocação dos bens alimentares; (3) o aumento dos preços de alguns bens importados, (Mosca e Aiuba 2020).

A FAO emitiu alertas para o risco gerado pelo confinamento, afirmando que a alta procura pelos produtos poderia se replicar ao longo da cadeia dos fornecedores, levando a uma possível inflação no preço dos alimentos.

Após a declaração do Estado de Emergência em Moçambique, as primeiras reacções das famílias diante da proliferação da covid-10 foram as chamadas compras de desespero, em que passaram a adquirir maiores quantidades de bens alimentares (consequentemente um maior consumo por causa do confinamento inicial), e pela incerteza generalizada sobre a manutenção do suprimento de produtos (rupturas de stocks), o que resultou na especulação de preços.

A partir do mês de Maio do ano de 2020, houve uma descida dos preços dos bens alimentares. Para Mosca e Aiuba (2020), este acontecimento deveu-se aos seguintes factores: (1) uma maior oferta dos produtos agrícolas, por se iniciar a época das colheitas; (2) o acordo feito com a África do Sul para a abertura das fronteiras, incluindo para a importação de bens alimentares; (3) a depreciação do rand; (4) a perda do poder de compra dos consumidores; (5) a recuperação do comportamento do consumidor face a aquisição dos bens alimentares.

O encerramento temporário das fronteiras, provocado pela pandemia, foi um dos factores que influenciou na fixação do preço dos produtos no geral.

²³ Proposta de Revisão do Orçamento de Estado de 2020.

5.4. Do produto agrícola importado ao nacional

As sementes existentes no país são importadas de vários países, e um deles é a África do Sul.²⁴

As grandes cidades da região sul de Moçambique satisfazem as necessidades de consumo com base na importação da batata-reno vinda da África do Sul, (António, 2009).

A associação dos importadores se encontra distribuída por categorias de produtos (por exemplo: os legumes, as hortícolas, as frutas, entre outros), e cada categoria tem a sua secção. Na importação, a secção do tomate apresenta um menor número de intervenientes em relação a batata-reno, (Mutemba, 2011).

A batata-reno é considerada como sendo a terceira espécie mais importante entre as batatas produzidas em Moçambique. Segundo os dados da FAO²⁵, o país produz mais de cem mil toneladas de batata-reno por ano.

A produção da batata-reno é significativamente importante para a economia e o aspecto social do país. De acordo com Demo *et al* (2006), a batata é uma das culturas de rendimento e culturas alimentares que tem efeito no aumento da renda.

Depois da batata, o tomate é a hortícola mais cultivada do mundo. O tomate possui uma importância socioeconómica no país, e constitui uma das fontes de rendimento de muitas famílias, (Nhaulaho, 2014).

A maior produção da batata-reno em Moçambique está nas províncias de Tete, Niassa, Nampula, Zambézia e Manica, (PESD, 2017).

Em Moçambique, o tomate é produzido em quase todo país, porém, a potencialidade de produção encontra-se nos vales dos rios Incomáti, Umbeluzi e Limpopo na região sul do país, nas zonas altas da província de Manica, Tete, Zambézia e Niassa (Tembe, 1990).

A oferta da batata-reno e do tomate nacional com preços mais baixos que a importada, conquista novos consumidores principalmente das zonas suburbanas.

²⁴ <https://www.dw.com/pt-002/mocambique-obrigado-a-importar-batatas/a-18662920>, consultado em 21/11/2020.

²⁵ No ano de 2013.

Em comparação com a batata-reno, o tomate possui uma maior procura no mercado da Cidade de Maputo, este facto se demonstra pelo grande número de produtores (tomate nacional) e de importadores.

Desde 2001, devido ao elevado déficite alimentar, com a dependência das importações da batata-reno e a abertura do mercado livre da SADC, o governo moçambicano iniciou o processo da reestruturação da cadeia produtiva da batata-reno, (António *et al*, 2009).

6. Conclusão

Neste trabalho tivemos como foco analisar os mecanismos da fixação de preços dos produtos agrícolas, no Mercado Grossista do Zimpeto, entre os anos de 2018-2020.

Da pesquisa efectuada, concluímos que para qualquer mercado, a fixação correcta dos preços é um factor de extrema importância, visto que a decisão da formação de preços é uma condição essencial para a sobrevivência, lucratividade e posição no mercado. Deste modo, respondendo às hipóteses formuladas para a investigação do trabalho, aceita-se a hipótese alternativa (H₁): *A fixação de preços de alguns produtos agrícolas no Mercado Grossista do Zimpeto é influenciada pela menor quantidade produzida dos produtos em Moçambique.*

No entanto, torna-se pertinente analisar cada objectivo específico:

- Objectivo específico 1: Em Moçambique, no caso das culturas de rendimento, o governo assume um papel importante na formação dos preços.

Para os produtos agrícolas de produção nacional, existe um factor primordial na sua formação dos preços, que é a precariedade de infra-estruturas de transporte, o que resulta em altos custos de transporte, dispersão da população e sazonalidade da produção.

- Objectivo específico 2: Os preços da batata-reno e do tomate variam em função da disponibilidade e da época do ano (se houver abundância destes produtos no mercado, o preço é relativamente baixo em comparação com as épocas em que há escassez).

No mercado grossista do Zimpeto, a batata-reno é vendida em montes com 1kg ou 2kg ou em sacos de papelão com capacidade de peso de 5kg e 10kg. O tomate é vendido em molhos ou em caixas de 10kg ou mais, dependendo da preferência do consumidor.

- Objectivo específico 3: Dos vários factores que influenciam na fixação de preços dos produtos agrícolas, foram somente analisados 4 factores que são: (1) a taxa de câmbio, (2) a inflação, (3) as imposições aduaneiras, (4) a pandemia da covid-19.

Acreditamos que estes factores são os mais levados em consideração na fixação de preços dos produtos agrícolas no mercado grossista do Zimpeto. No caso da taxa de câmbio, quanto mais

acentuada for a depreciação do metical face ao rand maior será o preço do produto agrícola importado da África do Sul, influenciando deste modo na fixação do preço no mercado nacional. Para a inflação, se a percentagem (seja mensal ou anual) no aumento do nível geral de preços for muito grande, conseqüente os vendedores dos produtos agrícolas irão fixar preços elevados, a fim de obterem maiores rendimentos para a compra de bens e alimentos de primeira necessidade para as suas famílias. Nas imposições aduaneiras, só estão isentos de tarifas aduaneiras os produtos agrícolas que são importados dos países membros subscritores da SADC. Por último, a pandemia da covid-19, em que após a declaração do Estado de emergência em Moçambique, as primeiras reacções das famílias diante da proliferação da covid-10 foram as chamadas compras de desespero, onde as famílias passaram a adquirir maiores quantidades de bens alimentares pela incerteza generalizada sobre a manutenção do suprimento de produtos, o que resultou na especulação de preços nos mercados.

Objectivo específico 4: As sementes existentes no país são importadas de vários países, e um deles é a África do Sul. Dos produtos agrícolas, a oferta da batata-reno e do tomate nacional com preços mais baixos que a importada, conquista novos e mais consumidores principalmente das zonas suburbanas.

7. Referências bibliográficas

Manuais:

1. Alage, Noé (2002) *Análise do comportamento de preços de alguns frutos no Mercado Central de Maputo*. Maputo – Moçambique.
2. António, Júlio (2009) *Análise da cadeira produtiva de babata reno na região do vale do Zambeze (Moçambique). Estrutura de produção, governança e coordenação*. Brasil.
3. Bergo, César A. M. (2011) *Conceitos básicos de economia*.
4. Bohm-Bawerk, Eugen Von (1891) *The positive theory of capital*. London: Macmillan and Co.
5. Branchieri, Claudio Maximiliano (2002) *Taxa de câmbio: Um estudo sobre determinantes, taxa de câmbio real e efectiva e crises cambiais*. Porto Alegre.
6. Carmo, H. e Ferreira, M. M. (2008) *Metodologia da investigação. Guia para Auto-aprendizagem*. 2ª edição. Lisboa: Universidade Aberta.
7. Carvalho, Malena Cordeiro da S. (s/d) *A importância da formação de preços*. Brasil.
8. Centro de Estudos Moçambicanos e Internacionais (2010) *O impacto da política agrária em Moçambique*. Moçambique.
9. Chambo, José Jacinto (2013) *Transmissão de preços de milho branco entre os mercados grossistas moçambicanos de Maputo e Nampula e o mercado sul africano, 2007/2013*. Minas Gerais – Brasil.
10. Chaves, Carlos R. (2001) *Formação de preços. Uma abordagem crítica*. 2ª edição. Lisboa: Escolar Editora.
11. Couto, Mariana I. F. (2017) *Barreiras à entrada e comportamento estratégico. Uma perspectiva do tema visto a partir da Stratbond Consulting*. Coimbra – Portugal.
12. Cunguara, Benedito (2011) *O sector agrário em Moçambique. Análise situacional, constrangimentos e oportunidades para o crescimento agrário*. Maputo – Moçambique.
13. Demo, P., Dominguez, C. S., Walker, T. (2006) *The potato sub-sector and strategies for sustainable seed production in Mozambique. Report of two-week potato sub-sector*.
14. Diehl, Robert (1984) *Agricultura geral*. Lisboa: Clássica Editora.
15. Donário, A. A., Santos, R. B. dos (2015) *A procura e a oferta*. Centro de análise económica de regulação.

16. Faro, Clóvis de (1995) Princípios e aplicações do cálculo financeiro. 2ª edição. Editora LTC.
17. Fernandes, S. de M., Wander, A. E., Ferreira, C. M., Souza, R. da S. (2008) *Formação de preços. Uma análise microeconómica do mercado de feijão*. Brasil
18. Figueiredo (2007) *Microeconomia*. São Paulo – Brasil.
19. Gil, António Carlos (2002) Como elaborar um projecto de pesquisa. 4ª edição. São Paulo: Atlas Editora.
20. Guerra, E. L. de A. (2014) Manual de pesquisa qualitativa. Belo Horizonte: Grupo Anima Educação.
21. Kalecki, Michal (1983) Teoria da dinâmica económica. Ensaio sobre as mudanças cíclicas e a longo prazo da economia capitalista. São Paulo: Abril Cultural.
22. Krugman, P. e Wells, R. (2007) Introdução à economia. Rio de Janeiro: Elsevier Editora.
23. Lemos, Alan (s/d) *Falhas de mercado, intervenção governamental e a teoria económica do direito*.
24. Magalhães, M. F., Fonseca, M. V. de A., Russo, M., Santos, E. T. G. (2008) *Estruturas de mercado. A proposta de uma nova Taxonomia*. Nº 2. Vol 3. Rio de Janeiro – Portugal.
25. Mankiw, N. Gregory (2002) Princípios de Economía. 2ª edición. McGraw-Hill Education.
26. Marconi, M. de A. e Lakatos, E. M. (2000) Metodologia científica. 3ª edição. São Paulo: Atlas Editora.
27. Mendes, C. M., Tredezini, C. A. De O., Borges, F. T. de M. e Fagundes, M. B. B. (2015) *Introdução à economia*. Brasil.
28. Menger, Carl (1950) Principles of Economics. Austria.
29. Milan, G. S., Sauloto, E. B., Larentis, F. e Toni, D. de (2016) *As estratégias de precificação e o desempenho das empresas*. Revista electrónica de administração. Brasil: Aurora Zen Editora.
30. Mill, John Stuart (1920) Principles of political economy with some of their applications to social philosophy. 7th edition. London: Longmans, Green and Co.
31. Minayo, Maria C. de S. (2001) Pesquisa social. Teoria, método e criatividade. 18ª edição. Petrópolis: Vozes. Brasil.

32. Ministério da Agricultura (2007) *Plano director de extensão agrária 2007-2016*. Maputo – Moçambique.
33. Ministério da Agricultura (2011) *Plano estratégico para o desenvolvimento do sector agrário PEDSA 2011-2020*. Maputo – Moçambique.
34. Mosca, J., Abbas, M. (2013) *Preços e mercados de produtos agrícolas alimentares*. Observador Rural nº 3. Maputo: Observatório do Meio Rural – OMR.
35. Mosca, J., Aiuba, R. (2020) *Evolução dos preços dos bens essenciais de consumo no período pós-covid-19*. Flash nº 10. Maputo: Observatório do Meio Rural – OMR.
36. Mosca, João (2015) *Agricultura familiar em Moçambique: Ideologias e Políticas*. Observador Rural nº 24. Maputo: Observatório do Meio Rural – OMR.
37. Mucavele, Nilza Jonas (2015) *Análise de Custos de Produção de Tomate nos Diferentes Sistemas de Cultivo no ano de 2013: Caso do Distrito de Chókwè Província de Gaza*. Moçambique.
38. Mutemba, Filimão Alves (2011) *Integração Regional e Importação de Hortícolas nos distritos de Boane e Moamba*. Moçambique.
39. Naika, S., Jeude, J. V. L. De, Goffau, M. de, Hilmi, M. e Dam, B. V. (2006) *A cultura do tomate. Produção, processamento e comercialização*. Wageningen – Países Baixos.
40. Neto, João de Deus D. (2005) *Economia e mercados*. 3ª edição. Aline Palhares Editora.
41. Nhaulaho, Beatriz Alberto (2014) *Epidemiologia do Vírus do Encaracolado da Folha do Tomateiro em Moçambique*. Moçambique.
42. Pereira, Paulo T., Afonso, A., Arcanjo, M., Santos e José C. (2009) *Economia e Finanças Públicas*. 5ª edição. Lisboa: Escolar Editora.
43. Pindyck, Robert S. e Rubinfeld, Daniel L. (2002) *Microeconomia*. 5ª edição. São Paulo: Prentice Hall.
44. Preto, Ribeirão (2006) *Análise da formação de preços de produtos. Um estudo multicasos em supermercados*.
45. Programa de Ensino Secundário á Distância (2017) Módulo 1. Agro-pecuária. Moçambique.
46. Quivy, R. & Campenhoudt, L. (1992) *Manual de investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
47. Resende, João P. de (2019) *Falhas de mercado decorrentes de falta de concorrência*.

48. Ribeiro, Ulisses P. (2015) *Noções sobre as estruturas de mercado. Um resumo sob a perspectiva da teoria económica básica*. Nº 1. Vol 4. Revista electrónica da FANESE.
49. Samuelson, P. A. e Nordhaus, W. D. (2010) *Economia*. 19ª edição. Lisboa: McGraw Hill Educação.
50. Sendi, António (s/d) *A economia informal Moçambicana*. Moçambique.
51. Silva, E. L. da e Menezes, E. M. (2005) *Metodologia da pesquisa e elaboração da dissertação*. 4ª edição. Florianópolis: UFSC.
52. Silva, F. G. da e Martinelli, L. A. S. (2012) *Economia e mercado*. Brasil.
53. Silva, João C. da (2018) *Microeconomia II*. Porto – Portugal.
54. Silva, Leopoldina M. (2013) *Quando o mercado não permite atingir a eficiência económica. Falhas de mercado – as externalidades*. Porto – Portugal.
55. Silva, Luís César da (2005) *Cadeia produtiva de produtos agrícolas*.
56. Singer, Paul (2004) *Aprender economia*. Contexto Editora.
57. Siteo, Tomás A. (2005) *Agricultura familiar em Moçambique. Estratégias de desenvolvimento sustentável*. Maputo.
58. Soares, Emília S. (1999) *Externalidades negativas e seus impactos no mercado*. São Paulo – Brasil.
59. Soendergaard, N., Gilio, L., Sá, C. D. de, Jank, M. S. (2020) *Impactos da covid-19 no agronegócio e o papel do Brasil*. Nº 2.
60. Tembe, J. (1990) *Hortícolas mais conhecidas em Moçambique*. INIA.
61. Thomas, Omar S. (2013) *Sector formal e o sector informal*. Rio de Janeiro – Brasil.
62. Uchôa, Carlos F. (2016) *Economia das organizações*. Brasil.
63. Varian, Hal R. (2015) *Microeconomia. Uma abordagem moderna*. 9ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier Editora.
64. Vasconcellos, Marco Antonio Sandoval de (2002) *Economia. Micro e macro*. 4ª edição. Atlas Editora.
65. Walras, Léon (1874) *Éléments d'économie politique puré*.
66. Waquil, P. D., Miele, M. e Schultz, G. (2010) *Mercados e comercialização de produtos agrícolas*. UFRGS Editora.

Sites de internet

- ✓ Banco Mundial (2018). Disponível em: <https://www.bancomundial.com/>, consultado em 21/09/2020.
- ✓ Centro de Apoio à Informação Comunitária (2006) *Agricultura*. Disponível em: <https://www.caicc.org.mz>, consultado em 25/03/2020.
- ✓ Food and Agriculture Organization. Disponível em: www.fao.org, consultado em 29/11/2020.
- ✓ <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>, consultado em 03/03/20.
- ✓ <https://blog.grupofatos.com.br/6-factores-que-influenciam-o-preco-de-venda-de-um-produto-veja-como-calculer/>, consultado em 23/07/2020.
- ✓ <https://blog.opinionbox.com/analise-da-concorrencia-como-fazer>, consultado em 27/07/2020.
- ✓ <https://journals.openedition.org/cea/930>, consultado em 25/07/2020.
- ✓ <https://pt.slideshare.net/sergiomacore/concorrencia-imperfeita-60353385>, consultado em 15/11/2020.
- ✓ <https://queconceito.com.br/producao-agricola>, consultado em 21/07/2020.
- ✓ <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/28445/4/AS.AD.NOVO.pdf>, consultado em 30/11/2020.
- ✓ <https://www.dw.com/pt-002/mocambique-obrigado-a-importar-batatas/a-18662920>, consultado em 21/11/2020
- ✓ <https://www.estudopratico.com.br/paises-mais-pobres>, consultado em 20/08/2020.
- ✓ <https://www.mic.gov.mz/>, consultado em 30/11/2020.
- ✓ <https://www.passeidireito.com/arquivo/83969753/economia-1>, consultado em 16/11/2020.
- ✓ IPCMaputo (2018-2020). INE. Disponível em: <http://www.ine.gov.mz>, consultado em 23/11/20.
- ✓ Orçamento Do Estado para 2019. Disponível em: [file:///C:/Users/Hp/Downloads/final-documento-fundamentacao-oe-2019%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Hp/Downloads/final-documento-fundamentacao-oe-2019%20(1).pdf) , consultado em 23/11/20.
- ✓ Pauta Aduaneira de Serviços (2019). MCNet. Disponível em: <https://www.mcnet.co.mz/>, consultado em 30/11/2020.

APÊNDICES

Apêndice nº 1: Guião de Entrevista

UNIVERSIDADE POLITÉCNICA



ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Guião de Entrevista

O presente guião é dirigido aos vendedores do Mercado grossista do Zimpeto, que visa recolher dados para a análise dos mecanismos da fixação de preços dos produtos agrícolas, no Mercado do Zimpeto, entre os anos de 2018-2020. A recolha de dados será feita para a realização do trabalho de conclusão do final do curso em Economia, cujo tema é: “Os mecanismos da fixação de preços dos produtos agrícolas no Mercado do Zimpeto: O caso da batata-reno e do tomate (2018-2020)”.

É de realçar que, o presente questionário tem como intuito a prossecução de fins académicos, de tal forma que observar-se-ão aspectos éticos como forma de manter a dignidade, integridade e a liberdade dos respondentes.

Nota: Preencha a tabela abaixo, com (x) no **sim** se for camionista ou revendedor.

Data da entrevista		
Função	Sim	Não
Principal distribuidor		

(grossista)		
Revendedor (retalhista)		

Nota: Preencha todas as tabelas abaixo, com (x) onde a sua resposta se encontra, e no **outros** escreva a sua resposta alternativa.

1. De uma forma geral, fale sobre as causas que influenciam na marcação de preços dos produtos agrícolas no Mercado do Zimpeto.

Transporte	
Custo de aquisição no local	
Direitos aduaneiros	
Taxas de transporte	
Outros	

2. Temos acompanhado uma subida elevada dos preços dos produtos agrícolas, principalmente no caso da batata-reno.

a) Quais são as causas que têm influenciado na marcação de preços da batata-reno? Explique a sua resposta.

Burocracias aduaneiras	
Transporte	
Outros	

b) Essas mesmas causas influenciam na marcação de preços do tomate? Se sim, porquê?

Burocracias aduaneiras	
Transporte	
Outros	

3. Porquê que no ano de 2020 após a declaração do Estado de emergência os preços dos produtos agrícolas subiram?

Custos de energia	
Conservação	
Outros (corona, etc)	

a) Qual foi o comportamento do preço da batata-reno no mesmo ano? O preço aumentou ou diminuiu?

Mais caro	
Mais barato	
Manteve	

b) E o comportamento do preço do tomate? O preço aumentou ou diminuiu?

Mais caro	
Mais barato	
Manteve	

4. Quais são os produtos agrícolas mais caros: os nacionais ou os que vem de fora do país?

a) Explique a resposta que está acima com todos detalhes.

b) Como é marcado o preço desse tipo de produto que consideras o mais caro?

Burocracias aduaneiras	
Transporte	
Outros	

5. Qual é a época em que a batata-reno e o tomate são considerados mais caros? Porquê que isso acontece?

6. Qual é produto nacional mais caro: a batata-reno ou o tomate? Explique a sua resposta.

Obrigada pela colaboração!

Apêndice nº 2: Formulário para recolha de preços

UNIVERSIDADE POLITÉCNICA



ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Formulário para recolha de preços

Caro (a) vendedor (a), este pequeno formulário para recolha de preços surge no âmbito da realização de um trabalho académico, e irá facilitar no cálculo das variações dos preços dos produtos agrícolas e a comparação dos preços dos produtos que foram importados e os nacionais. Esperamos a sua colaboração e desde já agradecemos pela compreensão.

DATA: / /	Mercado do Zimpeto						
	Unidade de venda	Peso (kg)	Preços dos produtos		Abundância no mercado		
			Nacional	Importado	Pouca	Alguma	Muita
Produtos agrícolas							
Batata-reno							
Tomate							

Obrigada pela colaboração!

Anexos

Anexo 1. Preço médio da batata-reno (MZN/10kg)

Ano	Preço médio da batata-reno (MZN por 10 kg)											
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
2018	290	205	210	247.5	212	182.4	172.5	152	158	187.5	250	157.5
2019	266	215	180	215	224	210	200	200	198.75	214	202.5	280
2020	272.5	237.5	267.5	256	242.5	240	240	240	296	310		

Anexo 2. Preço médio do tomate (MZN/molho)

Ano	Preço do tomate (por kg)											
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
2018	20	22.5	31.25	22.5	22	21.25	12.5	10	8.75	10	10	18.75
2019	40	37.5	28.75	37.5	34	25	20	10	10	16	20	44
2020	37.5	47.5	35	32	32.5	32.5	18	10	10	12.5		

Anexo 3. Tabela de câmbios médios por unidade de moeda (o metical face ao rand)

Ano	Câmbios médios por unidade de moeda (o metical face ao rand)											
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
2018	4.86	5.17	5.23	5.01	4.79	4.48	4.39	4.17	4.1	4.19	4.34	4.33
2019	4.46	4.52	4.39	4.55	4.39	4.26	4.42	4.02	4.16	4.18	4.29	4.37
2020	4.35	4.35	3.98	3.63	3.79	4.08	3.92	4.16	4.25	4.24		

Anexo 4. Tabela da variação mensal da inflação (%)

Ano	Variação mensal da inflação (%)											
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
2018	0.67	0.28	1.52	0.71	0.37	0.16	0.04	0.16	0.1	0.02	0.01	0.21
2019	0.79	0.3	0.17	0.07	-0.25	-0.25	-0.36	-0.19	0.11	0.14	0.24	1.02
2020	0.4	0.56	0.25	0.55	-0.79	-0.21	-0.06	-0.06	0.22	0.57		