

**ANÁLISE DA COMERCIALIZAÇÃO DE ALGUMAS  
HORTÍCOLAS NA ILHA DE SANTIAGO**

***ANTÓNIA ALMEIDA E SANTOS***

**2002**

## DECLARAÇÃO DO AUTOR

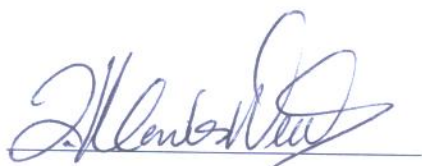
Este relatório foi submetido como requisito parcial para a obtenção de um *Diploma de BACHAREL* no Centro de Formação Agrária (CFA) do Instituto Nacional de Investigação e Desenvolvimento Agrário (INIDA) em Cabo Verde e será depositado nas bibliotecas do CFA e do INIDA afim de poder ser consultado, segundo as regras destas bibliotecas.

Algumas citações deste relatório serão permitidas sem uma autorização especial desde que a fonte seja devidamente reconhecida. No entanto, as citações mais completas ou a cópia total deste relatório deverão ser autorizadas pelo Centro de Formação Agrária do INIDA ou pelo autor.

Assinatura António Almeida e Santos

## APROVAÇÃO DO COORDENADOR DO RELATÓRIO

Este Relatório foi aprovado nesta data:



Iria Neves

Agro-Economista



Data

## **Agradecimentos**

Ao terminar este relatório, palavras nos faltam para expressar os nossos profundos agradecimentos a todos aqueles de uma forma ou de outra contribuíram para a realização do mesmo.

Desta forma, agradecemos a todos funcionários do centro formação, em particular direcção da escola, pelo apoio durante o curso.

De igual modo a Delegação do Ministério de Agricultura nos Conselhos de S.ta Cruz e S. Domingos e aos técnicos extensionistas Adelaide Veiga, António Baessa, Fernando Veiga e Iduíno Mendes, pela forma como disponibilizaram todos os seus meios para que esse trabalho tornasse possível.

Referenciamos especialmente o senhor Fernad Olend, pelo apoio e a atenção que nos prestou durante todo tempo, e disponibilização dos documentos pessoais.

Um destaque para todos os agricultores e outros intervenientes de comercialização, pela forma como disponibilizaram em fornecer as informações e proporcionaram o convívio durante o período de estágio.

Não gostaria de deixar passar essa oportunidade sem referenciar um agradecimento muito especial a Eng. Iria Neves, minha orientadora pelo apoio prestado para o fortalecimento da realização desse trabalho e da elaboração do relatório.

Aos colegas pela ajuda prestada e convivência durante o curso.

À todos, muito obrigada.

## Índice

Declaração de autor .....	i
Agradecimentos.....	ii
Índice.....	iii
<b>LISTA DE QUADROS</b> .....	iv
Lista de figuras.....	iv
Lista de siglas/abreviaturas .....	iv
Resumo.....	v
<b>1- Introdução</b> .....	1
<b>2- Revisão de literatura</b> .....	3
2.1- Apresentação do sector hortícola .....	3
2.2- Caracterização da comercialização das hortícolas.....	4
2.2.1- Aspectos sócio-economicos .....	5
2.2.2- A distribuição das hortaliças .....	7
2.3- Apresentação das Hortícolas em Estudo.....	8
<b>3- Parte experimental</b> .....	12
3.1- Metodologia.....	12
3.2-Resultado e Discussão .....	14
3.2.1- O Circuito de Comercialização .....	15
3.2.2- Estrutura do sistema de comercialização .....	17
3.2.3- Custo de Comercialização.....	18
3.2.4- Margem de comercialização.....	25
3.2.5- Preços .....	27
<b>4- Conclusão e Recomendação</b> .....	27
<b>5- Referência Bibliográfica</b> .....	30
<b>6- ANEXO</b> .....	32

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Oferta de batata comum.....	Pag. 9
Quadro 2	Oferta de cebola.....	Pag.11
Quadro 3	Custo de Comercialização Ligado a Taxa de Mercado.....	Pag.20
Quadro 4	Custo de Comercialização Ligado a Embalagem.....	Pag.22
Quadro 5	Custo de Comercialização Ligado as Perdas.....	Pag.22
Quadro 6	Resumo de Custo de Comercialização das grossistas .....	Pag.23
Quadro 7	Estimativa de perda das retalhistas.....	Pag.24
Quadro 8	Resumo de Custo de Comercialização das retalhistas.....	Pag.24
Quadro 9	Distribuição da margem de Comercialização .....	Pag.25
Quadro 1A	Evolução de Produção de Hortícolas, raízes e tubérculos (1991-2000).	ANEXO
Quadro 2A	Evolução das áreas cultivadas com legumes (1989-1997).....	ANEXO
Quadro 3A	Evolução Sazonal de Preços Mercado de Praia (90-94).....	ANEXO
Quadro 4A	Evolução da margem de comercialização de batata comum .....	ANEXO
Quadro 5A	Evolução da margem de comercialização de cebola .....	ANEXO
Quadro 6A	Evolução da margem de comercialização de repolho.....	ANEXO
Quadro 7A	Evolução da margem de comercialização de tomate .....	ANEXO

## LISTA DE FIGURAS

Fig. 1	Circuito de comercialização de hortícolas.....	Pag.17
Fig. 1A	Evolução da margem de comercialização no mercado de Assomada .....	ANEXO
Fig. 2A	Evolução da margem de comercialização no mercado de Praia.....	ANEXO

## LISTA DE SIGLAS/ABREVIATURAS

CPDA	- Centro de Produção e Desenvolvimento Agrário
DGASP	- Direcção Geral de Agricultura, Silvicultura e Pecuária
DSSA	- Direcção de Serviços de Segurança Alimentar
EESE-PFCR e DCS / INA	- Equipa de Estudos Sócio-Económicas do Projecto Food crop Research e Departamento de Ciências Sociais / Instituto Nacional Investigação Agrária
FAO	- Organização das Nações unidas para Agricultura e Alimentação
GEP	- Gabinete de Estudos e Planeamento
INFA	- Instituto Nacional de Fomento Agrário
MAAA	- Ministério de Agricultura, Alimentação e Ambiente
MDRP	- Ministério de Desenvolvimento Rural e Pescas
SEPAMP	- Serviço de Abastecimento Público Município de Praia

## **Resumo**

Este trabalho, desenvolvido de 15 de Junho a 31 Julho do ano 2001 em Santiago, a maior ilha do Arquipélago de Cabo Verde, consiste numa análise da comercialização de algumas culturas hortícolas em Santiago. Examina-se os circuitos de comercialização dessas hortícolas, as funções económicas desempenhadas pelos intermediários e as margens de comercialização. Procura-se estimar os custos de comercialização dessas hortícolas e fazer uma análise da eficiência na determinação de seus preços. Basicamente procura-se analisar a crença estereotipada de que os intermediários são exploradores, sendo os produtores e os consumidores vítimas dessa exploração. A conclusão desta análise exige um grande esforço, sob pressão de tempo restrito e conhecimento ínfimo da realidade cabo-verdiana.

A análise dos dados revela que, continua a haver um circuito longo e um circuito curto, as funções dos intermediários limitam-se em transporte e armazenamento dos produtos, existe um grande número de intermediário em todos os níveis de comercialização. Deixou dúvidas quanto a situação de exploração por parte dos intermediários sobre os consumidores e produtores, a margem de comercialização praticada a nível dos dois mercados consumidores reflecte os custos de comercialização.

## **Palavras Chaves:**

*Circuito, Custo e Margem de Comercialização, Hortícolas, Santiago, Cabo Verde*

## 1- Introdução

A horticultura desempenha um papel fundamental no desenvolvimento da economia de qualquer país, tendo em conta o seu valor económico e a garantia da melhoria da dieta alimentar da população.

Em Cabo Verde, a agricultura de subsistência (sequeiro) é aleatória devido as condições climáticas adversas (chuvas escassas e irregulares), incapaz de fazer face ao crescimento da população, especialmente a urbana. Para responder às necessidades da sempre crescente população urbana, os agricultores vêm intensificando a produção direccionada para o mercado utilizando tecnologias melhoradas, (ver quadro 1A em anexo), apesar das limitações tanto pela disponibilidade como pela qualidade de água para a irrigação.

Para que esses produtos cheguem aos consumidores urbanos a preços razoáveis e constituam uma fonte de rendimento para os produtores é de importância vital que haja um sistema de comercialização eficaz e eficiente. O intermediário é um elemento fundamental deste sistema, fazendo a ligação entre o produtor e o consumidor.

Na maioria dos países em vias de desenvolvimento tem havido pouca pesquisa na área de comercialização de produtos agrícolas. Neste vácuo de conhecimento, abundam crenças populares estereotipadas que são muitas vezes aceites como descrições exactas da realidade. Muitas pessoas acreditam que a comercialização é exploradora, pouco produtiva e altamente lucrativa (Stevens *et al*, 1988). Inclusive em Cabo Verde, existe uma atitude amplamente prevalecente contra os intermediários. São muitas vezes vistos como "parasitas" que ganham lucros elevados fornecendo poucos serviços, ao passo que os produtores e os consumidores são vistos como vítimas indefesas desta situação. Outrossim, tem-se constatado que os serviços de comercialização agrícola em muitos países em vias de desenvolvimento têm um custo elevado e uma produtividade relativamente baixa (Stevens *et al*, 1988).

É neste contexto, que vimos a pertinência de apresentar um estudo sobre a situação da comercialização de hortícolas em Cabo Verde, visando contribuir para a melhoria do conhecimento nesta área de capital importância para o desenvolvimento de qualquer país. No entanto, tendo em conta a complexidade e a abrangência do assunto, e o tempo limitado de que dispomos, restringimos a nossa análise às hortícolas, mais precisamente à comercialização de quatro hortícolas na ilha de Santiago. As hortícolas

são: o tomate, o repolho a batata comum e a cebola, que são as principais hortaliças comercializadas em Cabo Verde.

Como em qualquer estudo de realidades, não basta a consulta documental. As entrevistas estiveram na base de toda a informação recolhida, suportando a maior parte das afirmações relativas à comercialização em algumas hortícolas feitas neste modesto trabalho. Foi pertinente o estudo e a confirmação dos factos relativos à comercialização em algumas hortícolas como se processam na realidade.

O objectivo geral desta monografia consiste em analisar o desempenho do sistema de comercialização destas quatro hortícolas na ilha de Santiago, de modo a conhecer melhor a estrutura e o funcionamento deste mercado. O objectivo último é contribuir para a identificação de eventuais factores que impedem o desempenho desejado e que se possa encontrar formas em que o funcionamento do sistema possa ser melhorado. Um sistema de comercialização eficiente beneficia todos os intervenientes. Pode traduzir-se numa redução das margens de comercialização, o que, em harmonia com a teoria da economia neoclássica, pode resultar numa diminuição do preço no consumidor e um aumento do preço no produtor. De referir que a nossa análise concentrar-se-á nos mercados produtores de Sta Cruz e S.Domingos, e nos mercados consumidores da Praia (mercado central) e Assomada.

Os objectivos específicos são:

Conhecer os circuitos de comercialização;

Identificar as funções económicas desempenhadas pelos intermediários;

Estimar as margens de comercialização;

Estimar os custos de comercialização;

Avaliar a eficiência na determinação dos preços.

No presente trabalho inicia-se por fazer uma revisão de literatura, onde faz-se uma apresentação da agricultura em Cabo Verde, uma caracterização da comercialização e uma apresentação das culturas em estudo, em jeito de enquadramento. Em seguida, descreve-se a metodologia utilizada. Só depois passa-se a apresentar os resultados do estudo, terminando com a conclusão e recomendação. Em anexo encontram-se os elementos complementares.

## **2- Revisão de literatura**

Esta etapa permitiu-nos obter informações sobre o sector agrícola em geral e o sector hortícola em particular, bem como sobre a comercialização das hortícolas.

### **2.1- Apresentação do sector hortícola**

Devalque (1988), no seu estudo, sublinha que em muitos países Africanos, as pequenas explorações familiares fornecem quase 85% da totalidade de legumes, pois o número de pequenas hortícolas é elevado, a sua produção diversificada e as quantidades estimadas em dezenas de quilogramas. A superfície média total de cada exploração familiar está na ordem dos 1500 à 1800m<sup>2</sup>. Em Cabo Verde regista-se uma situação similar.

Os dados estatísticos, a maioria dos quais provêm de MDRP (1990), nos dão um panorama do sector agrícola em geral e do sector hortícola em particular.

Segundo os mesmos, a superfície agrícola total do País é de 418416 litros (um litro representa 1000 m<sup>2</sup>), que corresponde a cerca de 41841,6 hectares, ou seja à volta de 10% da superfície total do país (4033 km<sup>2</sup>). Apenas aproximadamente 7% da área agrícola total, isto é, 2987 ha, pode ser irrigada, sendo que a área efectivamente irrigada varia de ano para ano em função da disponibilidade de água para rega. Por exemplo, o recenseamento de 1987/88 constatou que, a área total irrigada era de 2222,6 ha compreendendo hortícolas, tubérculos, banana e cana de açúcar.

Dados mais recentes referentes a 1999, apontam para uma estimativa de 1098 ha irrigados com hortícolas, raízes e tubérculos, dos quais 436 ha eram ocupadas pelas hortícolas em estudo. 161 ha de tomate, 140 ha de batata comum, 98 ha de repolho e 37 ha de cebola.

O quadro 2A (em anexo) apresenta a evolução das áreas cultivadas com legumes desde 1989, mostrando uma média nos últimos anos de 1079 ha, tendo as quatro hortícolas em análise totalizado 599 ha em 1996 e 436 ha em 1999.

As explorações familiares são de pequenas dimensões. Das 7358 explorações de Cabo Verde que têm pelo menos uma parcela irrigada, as explorações médias têm uma superfície cultivada de regadio de cerca de 2,8 litros, aproximadamente 2800m<sup>2</sup>. Em Santiago a superfície média cultivada por exploração, em regadio, é de 1,4 litros ou cerca de 1400m<sup>2</sup>. De acordo com EESE-PFCE (1987), essas áreas irrigadas estão localizadas nas amplas ribeiras que correm das montanhas centrais em direcção ao

oceano. As mais produtivas dessas áreas encontram-se nas amplas bacias hidrográficas do nordeste da ilha.

Essas explorações agrícolas familiares detêm a maior parte da área cultivável. Em número de 32193, elas representam cerca de 99,35% da área total cultivável em sequeiro e 93% da irrigável. De referir que, para além destas, MDRP/GEP (1990) fala da existência nesse período, de sete empresas e perímetros estatais e dez cooperativas agrícolas.

Em termos de quantidades produzidas, verificou-se um considerável aumento durante a década de 1990, resultado da utilização de tecnologias mais produtivas, nomeadamente a rega localizada (gota-a-gota), técnicas culturais melhoradas e novas variedades melhor adaptadas às condições do país (DSSA, 1999). O quadro 1A (em anexo) apresenta uma evolução da produção de hortícolas, raízes e tubérculos de 1991 a 2000. Pode-se observar uma evolução positiva, tendo a produção no ano de 2000 atingido 19045 ton. de hortícolas e 10250 ton. de raízes e tubérculos. No tocante ao tomate, repolho, batata comum e cebola, notamos uma produção em 2000 na ordem de 4250 ton., 4195 ton., 3250 ton. e 1520 ton., respectivamente.

Estas hortícolas poderiam proporcionar aos seus produtores um rendimento relativamente alto, mas, devido às variações de preço e das quantidades disponibilizadas, também acarretam elevados riscos. Exigem também uma mão de obra mais concentrada e intensiva, representando a mão de obra um importante elemento da estrutura do custo de produção (EESE-PFCE, 1987). Os riscos são ainda acrescidos devido a não existência de infra-estruturas adequadas para o armazenamento desses produtos que entram rapidamente em deterioração, dado à temperatura existente na região, especialmente nos meses mais quentes (Correia, 1991).

## **2.2- Caracterização da comercialização das hortícolas**

Nesta parte, a análise debruçar-se-á sobre o sistema de comercialização de hortícolas em Cabo Verde.

Diaz *et al* (1991), sublinham que um sistema de comercialização adequado com uma sã política de preços são condições indispensáveis ao aumento da produção de alimentos. Contudo, os sistemas de comercialização de produtos agrícolas em Cabo Verde são ainda pouco desenvolvidos, embora tenham paulatinamente conhecido algumas melhorias.

### 2.2.1- Aspectos sócio-económicos

A comercialização agrícola é, em geral, de pequena escala. A grande maioria das explorações familiares produzem para o autoconsumo. Segundo MDRP (1990), das 32193 explorações familiares, somente 6383 vendiam pelo menos um produto agrícola, tais como: milho, feijão, tubérculos, batata comum, hortaliças, banana, mel, grogue, café, uva e outros.

A maior parte dos produtos vendidos provêm das culturas irrigadas. Entre as explorações que comercializam pelo menos um produto, 5626 (88%) praticam irrigação. Na ilha de Santiago, um total de 3296 explorações vendem um ou vários produtos agrícolas nos mercados dos centros urbanos. Este número representa 18% das explorações agrícolas familiares desta ilha (MDRP, 1990).

Quanto à comercialização de hortícolas em todo país, (MDRP, 1990) refere que, 1140 explorações vendem batata comum (46% ou cerca de 524 explorações em Santiago) e 1160 vendem legumes (58% ou cerca de 673 explorações em Santiago).

A produção nacional não é suficiente para o consumo da população, pelo que o país recorre à importação, especialmente no que concerne à batata comum e cebola. Os quadros 1 e 2 abaixo apresentam a evolução das importações de batata comum e cebola. Em relação à cebola mostra uma evolução crescente de importação, de 462 ton. (1992) para 1087 ton. (1999), o que representa 50% da necessidade do país. Quanto à batata comum o crescimento da importação não foi linear. Houve um crescimento até 1995, nota-se uma ligeira tendência de redução nos últimos três anos.

Não existem estruturas para armazenamento dos produtos que entram rapidamente em deterioração, dada a temperatura existente na região. Outrossim, as distâncias do ponto de produção aos pontos de consumo são, muitas vezes, longas contribuindo para alguma perda na qualidade dos produtos. Em relação a essa questão Devalque (1988) e Coreia (1991) apontam que a distância entre as explorações e os mercados excedem, em muitos casos os cinco quilómetros.

Estudos realizados no início da década de 1990, caracterizavam o sistema de comercialização como um sistema irregular, não satisfazendo nem o produtor, nem o consumidor. Condicionismos como as baixas quantidades produzidas pelos agricultores, e o isolamento das zonas de produção, complementados pelos problemas de transporte, dado ao difícil acesso em vias rodoviárias das zonas de produção, afectam a distribuição destes produtos (Correia, 1991).

Em relação ao último ponto, MDRP (1998), confirma que mais de metade (56%) das explorações agrícolas familiares do país ficam numa zona servida por estradas transitáveis. Para as outras (44%) é necessário efectuar uma marcha a pé de duração variável entre a sua zona e a estrada (entre 30 a mais 60 minutos). Em relação a Santiago, 62% das explorações encontram-se em zonas sem acesso directo a uma estrada. No entanto, 70% das explorações do país estão em zonas acessíveis a transportes de aluguer, estando a ilha de Santiago entre as mais bem servidas por este tipo de transportes. Entretanto, ao longo da última década várias estradas têm sido construídas, certamente tirando algumas dessas explorações do "encravamento". Contudo, somente o próximo recenseamento agrícola, a ser realizada num futuro próximo, poderá nos fornecer os dados concretos sobre a evolução desta situação.

Quanto à irregularidade do sistema de comercialização, podemos dizer que tem-se verificado melhorias significativas nos últimos 10 anos. A introdução de variedades adaptadas às condições locais e às técnicas culturais melhoradas, têm resultado numa produção hortícola mais abundante e mais regular, o que tem contribuído para um abastecimento mais regular destes produtos, especialmente no tocante ao tomate e ao repolho. A batata e a cebola, cujas produções nacionais são complementadas com as importações, têm igualmente conhecido uma melhoria na regularidade da sua comercialização, em parte devido ao aumento da disponibilidade da produção nacional, bem como do produto importado que se beneficia da liberalização do comércio externo, nomeadamente com a descontingentação da importação.

Ambrosino (1994), confirma que em Santiago, de uma forma geral, a produção aumenta depois da época das chuvas (devido a maior disponibilidade de água) e os preços nessa época tendem a baixar. Entre Dezembro e Junho, devido a abundância dos produtos no mercado, os preços baixam consideravelmente. De Julho a Novembro a situação inverte-se e os preços aumentam progressivamente (ver o quadro 3A em anexo). As autoridades governamentais ou locais não têm qualquer controlo sobre os preços, pois são determinados pelo equilíbrio do mercado. É de referir que neste tipo de mercado o produtor não consegue controlar os preços, limitando-se unicamente a aceitar o preço em vigor e funciona-se como "price taker", quando muito o produtor pode controlar o seu custo de produção em função do preço à venda retalho.

## 2.2.2- A distribuição das hortaliças

O mercado Central da Praia, concebido para venda à retalho, funcionou, até bem pouco tempo, também como mercado grossista e de redistribuição para os outros mercados de Santiago e para as diferentes ilhas (Ambrosino, 1994). Contudo recentemente, em Agosto último, entrou em funcionamento um mercado a grosso em Achada de S.Filipe a poucos quilómetros da cidade da Praia. O objectivo é canalizar para lá todos os produtos que entram no município de Praia aos diferentes pontos locais de venda a retalho. A partir daí as retalhistas dos diferentes mercados assumem o transporte aos referidos mercados consumidores permitindo, deste modo, que dentro da Praia não haja disparidades entre os preços no consumidor nos respectivos mercados.

De acordo com o Serviço Público de Abastecimento no Município da Praia (SEPAMP), a entidade que faz a gestão dessa infra-estrutura de comercialização a grosso, o mercado funciona das 5 às 11 horas da manhã, todos os dias úteis, de modo a que todos os retalhistas tenham a mesma oportunidade de compra. Cada interessado só pode levar três volumes do mercado abastecedor. Isto deixa transparecer que existe algum racionamento.

Há muito que se tinha identificado a necessidade de um mercado a grosso próximo à Cidade da Praia. A existência desse mercado grossista próximo da Cidade da Praia contribuiria para a diminuição do circuito de comercialização, do custo da colheita e transporte dos produtos, da especulação e preço no consumidor, aumentaria o nível de produção e o melhoramento da qualidade dos produtos (FAO, s/d).

Segundo Delvaque (1988), os mercados grossistas de consumo, geralmente implantados no interior ou na proximidade dos grandes centros urbanos, constituem um ponto de encontro de vendedores e compradores, e permitem concentrar os produtos, particularmente hortícolas e frutos. Permitem também muitas vantagens comerciais, essencialmente o equilíbrio entre a oferta e a procura tanto a nível de quantidade como em qualidade. Outrossim, oferecem a possibilidade de determinação dos preços conforme as exigências do mercado. Igualmente, as autoridades têm a possibilidade de controlar a higiene, impor regras sobre as cargas e as medidas, encorajar um comércio local, e produzir estatísticas sobre a disponibilidade de aprovisionamento em alimento. Pfeiffer (2001), considera que com um mercado de abastecimento, a população da zona, neste caso concreto da Achada de S.Filipe, tem a possibilidade de adquirir os produtos a preços mais acessíveis.

Diaz *et al* (1991), considera que o aprovisionamento do mercado ainda caracteriza-se por uma certa irregularidade, havendo períodos de excedentes fictícios. Isto se verifica com maior acuidade no mercado de Assomada, onde o abastecimento é abundante nos dias de feira (Quarta-feira e Sábado), registando-se uma relativa escassez nos outros dias.

FAO (s/d) sobre desenvolvimento do sector horticultura e Ambrosino (1994), consideram que as mulheres detêm a comercialização de produtos alimentares de uma forma geral, em particular o produto agrícola como actividade principal. Elas desempenham um papel cimeiro na distribuição desses produtos. Alguns homens participam na comercialização de produtos agrícolas ao nível grossista, mas no comércio inter-ilhas. A comercialização dentro da ilha é exclusivamente das mulheres. O mesmo se dá com a comercialização a retalho. Não existe especialização nem ao nível da comercialização a grosso nem a retalho. Normalmente, os intervenientes vendem todos os tipos de produtos: raízes, tubérculos, uma grande variedade de legumes, frutos, etc..

### **2.3- Apresentação das Hortícolas em Estudo**

Face ao tempo limitado, o estudo debruçou-se sobre quatro culturas nomeadamente: batata comum, cebola, repolho e tomate.

A escolha das culturas deveu-se às quantidades comercializadas no mercado, e ao alto rendimento por hectare. Assim, tecemos algumas considerações sobre as mesmas culturas.

#### **> Batata Comum (*Solanum tuberosum*)L.**

É a primeira hortícola por ordem de importância económica em Cabo Verde. A cultura é feita principalmente na estação fresca, no período compreendido entre 15 de Outubro a Abril, e na época quente, designadamente no mês de Agosto, nas zonas de altitude. Pratica-se a cultura precoce em fins de Outubro a princípios de Novembro e a cultura tardia no mês de Fevereiro. A colheita da batata é feita em finais de Abril e conservada até a venda do produto em Julho/Agosto. Tem um rendimento potencial estimado em 17 a 35 ton./ha, com um ciclo vegetativo de 75 a 80 dias.

A produção local está disponível em maiores quantidades nos meses de Janeiro a Julho, especialmente em Março e Abril. De Agosto a Dezembro o produto nacional é praticamente inexistente, daí que nestes meses a procura é quase totalmente satisfeita pela batata importada. Consultando o calendário de produção e comercialização pode-

se ver que existe a potencialidade de abastecimento do mercado durante todo o ano com produção local, excepto em Setembro. No período que vai de meados de Outubro até terceira semana de Agosto, há possibilidades de consumir a batata local. Mas, o mês de Setembro é o mais crítico, pois o conjunto das variedades adaptadas às condições edafoclimáticas do país não permitem uma colheita, escoamento e venda nesse período (CPDA, s/d). A ilha de Santiago tem uma forte participação na produção e distribuição desse produto, com cerca de 60% da produção local, (Rodrigues, 1999).

O consumo anual de batata comum em todo país anda a volta de 8000 toneladas, em média. A média para os últimos três anos é de 8160 toneladas como se pode ver no quadro 4. A produção local cobre, segundo os dados do GEP, cerca de 30% das necessidades da população, sendo importada, em média, uma quantidade que ronda os 5000 a 6000 toneladas anuais. Portanto, a maior parte da oferta de batata comum (cerca de 70%) provém da importação (ver o quadro 1 abaixo). Em termos da importação os dados do Boletim de Comércio Externo indicam um crescimento não linear, o quadro nº4 mostra uma evolução de importação de 4168 ton. em (1992) a 5422 ton. (em 1999).

Constitui um alimento digerível, energético e adequado a todas as dietas (Ciufolim, 1988). Conhecida como uma das culturas que mais energia contém (76 calorias), proteínas (2.8gr em 100gr de produto fresco), vitaminas (B, C) e minerais: potássio, fósforo, magnésio e ferro (Rodrigues,1999), esta cultura é de importância crucial na dieta da população.

Em termos comerciais o produto após a colheita exige um manuseio e conservação à sombra, que se traduz na qualidade do mesmo. A obscuridade permite a conservação entre dois a três meses. O armazenamento deve ser em local amplo, arejado, com humidade entre 65-70%, em sacos colocados sobre substratos, (CPDA, s/d).

Quadro 1 oferta de batata comum a nível nacional

Fonte	1992		1995		1996		1997		1998		1999	
	Ton.	%	Ton.	%	Ton.	%	Ton.	%	Ton.	%	Ton.	%
Produç. local	1785	30	2160	30	2305	40	2450	30	2600	31	2500	32
Impor*	4168.3	70	5096	70	3298.6	60	5801	70	5706	69	5422	68
Total	5953.3	100	7256	100	5603.6	100	8251	100	8306	100	7922	100

Fonte: \*Boletim de comércio externo

Obs. : faltam alguns dados para os anos de 1993 e 1994

➤ **Cebola** (*Allium cepa*)

É a hortícola mais consumida por quase a totalidade da população, tanto urbano como rural (Ortet, 1991).

As variedades cultivadas em Cabo Verde permitem a produção, colheita e comercialização no período que vai da segunda semana de Fevereiro à Setembro, sendo crítico, em termos de disponibilidade do produto local, o período entre Outubro e primeira de Fevereiro (CPDA, s/d). Contudo, em certos anos, já em Dezembro começa haver produto local no mercado. Ortet (1991) confirma que na estação fresca (Outubro até fins de Janeiro) a cultura é mais importante em termos de produção por área.

Desde que garantida a fertilidade do solo, água de rega regular, variedades resistentes e produtivas, esta cultura pode atingir elevadas produções por hectare (Silva, 1987). Conforme dados estatísticos a produção da cebola atinge a quantidades que vão de 7-60ton/ha, dependendo da variedade (CPDA, s/d).

A área cultivada com cebola anda à volta de 40 ha (ver o quadro 2A em anexo). Em 1999 a área cultivada foi estimada em 37 ha e previa-se um aumento para 48 ha graças à abundância de água disponível nas ribeiras nesse ano (campanha de regadio 1999-2000). O quadro nº1 indica que a produção deste legume está aumentando, tendo atingido 1520 toneladas em 2000, um crescimento de cerca de 60% em relação a 1991.

À excepção de uma parte de produção de *violeta de galmi* destinada à conservação, a outra parte é conduzida ao mercado após a colheita devido a três factores: (1) a fraca conservação deste produto; (2) as baixas condições financeiras dos produtores; (3) a precariedade das infra-estruturas de conservação (Ortet 1991). Segundo Kroops (1990) produto pode ser conservado em armazéns rústicos por quatro a cinco meses, após a colheita, para venda em Agosto/Setembro.

O período de maior oferta de cebola local começa mais ou menos em Dezembro e vai até Junho, sendo o período de Fevereiro à Abril de saturação dos mercados urbanos. Durante este período, são comercializados perto de 60% do volume total da oferta anual (Ortet 1991).

A produção local não cobre o consumo médio anual que ronda os 2200 toneladas. A média para 1996 a 1999 foi de 2195 toneladas. Em 1999, a oferta total foi estimada em 2462 toneladas, sendo 56% desta quantidade produzida pelos agricultores nacionais (ver o quadro 2 abaixo)

Contém vitaminas (B e C) e todos os sais minerais, é dotada de uma forte acção diurética (Ciufolin, 1988), contribui para melhoramento da alimentação humana, acelera

separação das glândulas do tubo digestivo e sobretudo, facilita a separação do ácido clorídrico. Portanto, a cebola ajuda a mais completa digestão e absorção dos alimentos ingeridos, (CPDA, s/d).

Quadro 2 Oferta de cebola a nível nacional

Ano		Produção nacional	Importação*	Total
1992	Ton.	960	461,7	1421,7
	%	67,5	32,5	100
1993	Toneladas	1080	545,8	1625,8
	%	66,5	33,5	100
1994	Ton.	792	535,1	1327,1
	%	59,7	40,3	100
1995	Ton.	840	773,7	1613,7
	%	52,1	47,9	100
1996	Ton.	1540	761,7	2301,7
	%	67	33	100
1997	Ton.	1105	838	1943
	%	58,9	41,1	100
1998	Ton.	1036	1037	2073
	%	50	50	100
1999	Ton.	1375	1087	2462
	%	55,9	44,1	100

Fonte: \* Boletim de comércio externo



➤ **Repolho** (*Brássica oleracea* L. var. *capitata*)

Hortícola folhosa, da família crucíferas. É uma planta de clima húmido e frio. Porém, novas variedades adaptam-se a clima tropical.

Produzida todo o ano em Cabo Verde, com um rendimento potencial de 25 a 40 ton./ha, dependendo da variedade, a cabeça geralmente atinge 0,5 a 1kg conforme a estação em que é produzida. A época de maior produção é a que vai de Março a Junho. Embora produzida durante todo ano, nota-se uma diminuição da oferta a partir de Julho/Agosto, altura em que os preços começam a atingir níveis relativamente elevados. À semelhança de outras hortaliças, a produção anual de repolho aumentou muito durante a década de 1990, conforme se pode ver no quadro 1A (em anexo). De uma produção de 1450 toneladas em 1991, passou-se para 4195 toneladas em 2000, quase uma triplicação da produção. O repolho pode ser conservado até quatro meses em câmara frigorífica regulada a temperatura de 0<sup>o</sup>c com humidade relativa de 95% (CPDA, s/d).

É uma importante fonte alimento, principalmente quando cru, sendo servido como salada, muito rico em vitaminas, sais minerais e proteínas. Ainda um tem valor diurético, e é utilizado no tratamento de certas doenças (Gardê, 1988).

➤ **Tomate** (*Lycopersicum esculentum* Mile)

Hortícola da família solanáceas, originária de América do Sul, é uma cultura bem adaptada a clima quente. Pode ser produzida durante todo o ano em Cabo Verde, graças à introdução de novas cultivares adaptadas às condições do país. Contudo, a maior produção regista-se na estação fresca, sendo o período de maior abundância do produto no mercado o que vai de Março a Junho. O rendimento potencial varia entre 15 a 60 ton./ha, dependendo da variedade. A preparação comercial após a colheita é gradual e consoante o amadurecimento do tomate (CPDA, s/d).

O quadro 1A (em anexo) mostra que a produção de tomate quadruplicou de 1991 a 2000, passando de 960 toneladas para 4250 toneladas, respectivamente. A produção local supre a quase totalidade do consumo interno. Tem havido alguma importação de tomate fresco, mas em pequenas quantidades. O grosso da importação de tomate é em forma de produto enlatado.

### **3- Parte experimental**

#### **3.1- Metodologia**

O trabalho a apresentar teve as seguintes etapas:

- Análise da bibliografia existente sobre a comercialização em Santiago;
- Entrevistas as instituições e entidades ligados ao assunto;
- Entrevistas a produtores, intermediários grossistas e retalhistas
- Tratamento dos dados.

Existem alguns estudos na área de comercialização, sobretudo no tocante aos circuitos de comercialização datando dos inícios da década de 1990. Para complementar esta informação e para nos inteirmos dos mecanismos dos custos de comercialização fizemos um pequeno inquérito usando uma pequena amostra aleatória. Esses inquéritos abarcaram os principais intervenientes do processo de comercialização. Entretanto, devido ao número elevado e incontável desses intervenientes e tendo em conta o reduzido período de tempo disponível para a elaboração deste trabalho, optou-se pelo inquérito de vinte e cinco elementos de cada grupo de intervenientes (produtores, intermediários e retalhistas), escolhidos ao acaso.

Com base nas fichas de evolução de preços dos produtos agrícolas da Divisão da Estatística Sectoriais do GEP do Ministério de Agricultura, identificou-se dois mercados produtores (S. Tiago Maior no Concelho de S. Cruz e S.Domingos) e dois mercados

consumidores (Central de Praia e Assomada). S.Tiago Maior e S.Domingos são os principais mercados produtores onde são recolhidos regularmente a informação sobre os preços no produtor; e Praia e Assomada são os principais mercados consumidores da ilha de Santiago. Praia é a capital do país e Assomada ascendeu recentemente à categoria de cidade tornando-se assim a segunda cidade da ilha de Santiago.

Atendendo que S.Tiago Maior constitui a zona potencial de produção na ilha, foram inquiridos quinze elementos que representam 10% dos agricultores que fazem as culturas em estudo, e em S. Domingos foram inquiridos dez elementos correspondendo a 10% dos mesmos (dados da Delegação de Agricultura nesses Concelhos). A fim de facilitar o trabalho no terreno junto aos produtores, contactos prévios foram feitos às respectivas Delegações de Agricultura, onde, durante as entrevistas, os extensionistas que fazem a cobertura técnica nas diferentes zonas estiveram sempre presentes de forma a facilitar o "feed back" e prestar os esclarecimentos necessários.

Quanto às retalhistas, foi possível entrevistar dez elementos no mercado de Assomada e quinze no mercado Central de Praia.

Em relação às intermediárias grossistas, essas constituem um grupo de difícil acesso. Não possuem locais fixos para serem contactadas. Entretanto, no decorrer do trabalho, foi possível realizar as entrevistas no posto de venda de Justino Lopes, nas explorações agrícolas tanto em S.Cruz como em S.Domingos e no mercado Abastecedor de S.Filipe.

Uma grande parte das dificuldades que sentimos durante a realização desse estudo esteve ligado à pouca bibliografia existente sobre a comercialização das hortícolas em Cabo Verde e às dificuldades, da nossa parte, do domínio da língua local (crioulo), dificultando a comunicação durante os inquéritos e as entrevistas.

Aquando das entrevistas, as maiores dificuldades fizeram-se sentir junto às retalhistas de mercado Central de Praia. Como a realização das entrevistas coincidiu com a reestruturação do mercado Central de Praia e entrada em vigor do mercado Abastecedor de Achada de S.Filipe, não foi fácil a colheita dessas informações, pois as retalhistas, descontentes com a mudança, não quiseram prestar as informações solicitadas. Em contrapartida foram momentos de troca de experiência e de informação. Aprendemos bastante durante este tempo e esperamos não ter constituído motivos de desespero à comunidade que nos prestou as informações.

A análise dos dados sobre os preços ofereceram algumas dificuldades acrescidas devido a falta de elementos justificativos, principalmente em relação a cebola e batata comum, pelo qual foi realizada análises simples dos dados.

### **3.2-Resultado e Discussão**

Conforme referido atrás, alguns inquéritos e estudos têm sido realizados na área de comercialização de hortícolas, principalmente nos inícios da década de 1990. Esses estudos fornecem uma valiosa informação especialmente sobre os circuitos de comercialização. Na medida do possível, neste estudo, tentou-se obter dados que permitissem actualizar esta informação. Mas tendo em conta toda a informação já existente, debruçou-se mais na análise do desempenho do sistema de comercialização dando particular atenção à questão da determinação da estrutura do custo de comercialização uma vez que estes pontos não têm sido analisados nos trabalhos já realizados.

O factor tempo não permitiu uma recolha de dados no terreno tão completa quanto se desejaria, pelo que se complementa os dados recolhidos nas entrevistas com as informações já existentes de modo a se chegar às estimativas, as mais realistas possíveis, dos custos de comercialização das quatro hortícolas em referência, em cada uma das etapas do circuito. Quanto à análise das margens de comercialização, a complexidade do assunto exigiria o uso de técnicas sofisticadas nomeadamente a econometria. Dado à impossibilidade de usar esses métodos mais sofisticados, usa-se técnicas simples de cálculos e análise gráfica.

#### **A comercialização das Hortícolas**

A comercialização é um conjunto de actividades pelas quais se proporcionam serviços e informações que contribuem para determinar o nível conveniente da produção em relação com as necessidades, e que permitem trazer o produto do lugar de produção ao lugar de consumo (FAO,1990). Desempenha um papel de transmissão de sinais em forma de preço entre o produtor e o consumidor e de transmissão física dos produtos dos pontos de produção para os pontos de consumo (Neves, 2001).

Neste estudo, como já se referiu, as culturas em causa e no caso particular da ilha de Santiago, apresentam duas dimensões de movimento físico:

- uma dimensão temporal referente ao armazenamento, principalmente para o caso da batata e da cebola, mas que não tem muita expressão, pois a realidade do país não o

permite em grande escala. Os produtores afirmaram que a produção tem sido insuficiente para tal. No concernente ao tomate e repolho, não é aconselhável o seu armazenamento devido à inexistência de condições adequadas;

- uma dimensão espacial referente à localização dos pontos de produção e de consumo que não coincidem. Essa dimensão envolve custos e riscos o que leva a uma diferença entre o preço no ponto de origem e o preço no destino, dependendo da capacidade de resistência dos produtos ao manuseamento durante o processo de comercialização. Em Santiago nota-se a influência dessa dimensão que permite uma sobrecarga aos consumidores que suportam os custos, pelo serviço prestado.

### **3.2.1- O Circuito de Comercialização**

O circuito de comercialização refere-se ao conjunto de todos os intervenientes no sistema, e às etapas por que passam os produtos desde que saem da exploração agrícola até chegarem ao consumidor (Neves, 2001).

O estudo de comercialização mostra que o produto, até chegar à mão do consumidor duplica do preço, em determinadas épocas muito superior, devido a pressão do circuito de comercialização (Correia, 1991). Como já se referiu atrás, os pontos de produção encontram-se pelo menos a 5km dos mercados urbanos e semi-urbanos onde há maior aceitação desse produtos. As pessoas que vão à exploração nem sempre estão em contacto com os consumidores. No caso concreto dos mercados estudados, central de Praia e de Assomada, foi possível detectar, quatros cenários:

- Os próprios produtores na venda dos produtos, tanto para grossistas (rurais e/ou urbanas), como para as retalhistas e consumidores;
- Grossistas rurais vendem às grossistas urbanas e/ou retalhistas urbanas;
- Grossistas rurais vendem aos consumidores quando não conseguem vender todos os produtos a grosso (venda ambulante);
- Grossistas urbanas vendem às retalhistas urbanas.

E como já se referiu, actualmente existe em Achada de S.Filipe um mercado abastecedor em funcionamento. Este mercado tem como objectivo a venda a grosso de todos os produtos agrícolas, todos os produtores e intermediários grossistas que tencionam vender na Praia, deslocam-se a esse mercado e os retalhistas interessados fazem o mesmo. Isto permite suspender a actividade de elevada concentração dos produtos no mercado central do Platô, de forma a que outros mercados de Praia tenham

a mesma possibilidade de se abastecer, e anular o circuito vicioso no interior de mercado Central.

Assim, pode-se distinguir a partida: um circuito longo e um circuito curto. Similarmente, Ambrosino (1994) identificou os mesmos circuitos a nível nacional a que chamou de circuito moderno e tradicional (ver fig. 1abaixo).

#### ➤ **Circuito longo**

Produtor ➔ Grossista rural ➔ Grossista Urbano ➔ Retalhista Urbano ➔ Consumidor

O esquema acima mostra os principais intervenientes no circuito, com funções de distribuição, nalguns casos de transporte. Os produtos, após a colheita são pesados na exploração, e as grossistas rurais por vezes esposas dos produtores, transportam os produtos para os mercados de Praia e Assomada para serem vendidos às retalhistas e/ou grossistas urbanas. Por fim, chegam aos consumidores nos mesmos mercados ou periféricos.

Da entrevista efectuada, a nível da exploração agrícola, 60% dos produtores vendem seus produtos na exploração, 40% são as esposas que se responsabilizam pela comercialização dos produtos nos mercados.

#### ➤ **Circuito Curto**

No caso em que os agricultores se deslocam aos mercados, permite ao consumidor adquirir os seus produtos a preços inferiores, mais frequentemente nas zonas onde existem postos de venda (S.Cruz- Justino Lopes).

Esquemáticamente, temos a seguinte representação:

Produtores ➔ Consumidores (venda ambulante)

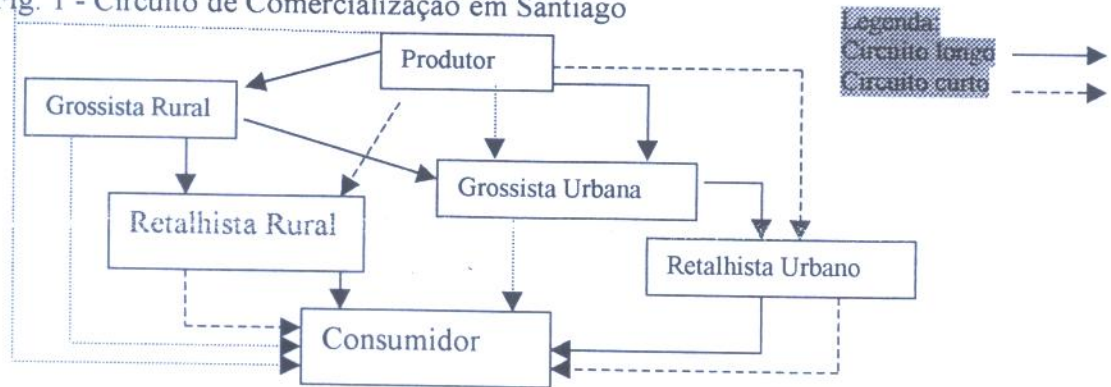
Produtores ➔ Postos de venda ➔ Consumidores

Produtores ➔ Esposas dos produtores ➔ Consumidores (venda ambulante)

Produtores ➔ grossistas rurais/urbanas ➔ Consumidores

Através da entrevista levada a cabo constatou-se que 4% dos produtores vedem no posto de venda, 48% dos produtores deslocam-se ao mercado por não terem compradores fixos, 12% de esposas dos produtores deslocam-se regularmente para a comercialização nos mercados.

Fig. 1 - Circuito de Comercialização em Santiago



### 3.2.2- Estrutura do sistema de comercialização

Segundo a economia neoclássica, para que os sistemas de comercialização funcionem com eficiência é necessário que haja vários intervenientes nos diferentes níveis do sistema, e todos devem ter acesso a informação sobre os mercados. Em harmonia com isso procurou-se obter informações que permitissem determinar o número, o tamanho e a diversidade de participantes nos diferentes níveis.

Existe uma percepção de que os grossistas (rabidantes ou santas) detêm o poder oligopsonista e oligopolista.

Oligopólio é a situação em que existe um pequeno número de vendedores e um grande número de compradores; oligopsónio refere-se a um pequeno número de compradores e um grande número de vendedores. O oligopolista e o oligopsonista têm alguma influência sobre o mercado. Por exemplo, segundo Abrosino (1994) são as grossistas que propõem o seu preço às colectoras que lhes vendem os produtos, e fazem a classificação dos produtos. Similarmente, Ortet (1991) afirma que as grossistas estão numa posição fortemente dominante em relação aos produtores e às retalhistas, graças ao seu domínio exclusivo das informações sobre as duas extremidades do canal de comercialização e à sua capacidade financeira mais vantajosa.

No entanto, convém referir que a maioria das repostas obtidas junto dos produtores e retalhistas deixam entender que os produtores enfrentam vários compradores, as retalhistas vários vendedores, e que em ambos os níveis os preços são determinados pelas forças do mercado competitivo. Isso não confirma as afirmações feitas e publicadas por Ortet (1991) e Ambrosino (1994).

Quanto ao número e tamanho dos intervenientes, MDRP/GEP (1990) fala da existência, a nível de todo país, de 1140 explorações agrícolas familiares que vendem

batata comum e 1160 que vendem hortícolas. A nível dos intermediários, Ortet (1991) classificou três categorias e estimou o seu número como segue:

- um grupo cujo poder de compra ronda 1000\$ a 2000\$00, estimado em número de 4000 a 5000;
- um com poder de compra próximo de 10000\$00, estimado em número de 800 a 1000;
- um último não quantificado, cujo poder de compra ultrapassa 10000\$00, possui meio de transporte e tem uma certa capacidade de estocagem.

Estas informações sugerem que existe relativamente um elevado número de participantes em todos os níveis, excepto ao nível do intermediário do último grupo cujo número se desconhece. Talvez os oligopolistas/oligopsonistas estejam neste grupo que deve ser restrito. De qualquer modo, é evidente que a entrada no mercado é livre.

Em termos do tamanho dos intervenientes, para além das informações mencionadas acima, Ambrosino (1994) informa que as quantidades comercializadas por cada agente grossista (a colectora) é na maior parte das vezes inferior a 100 kg. Apenas um terço trazia entre 100 a 200kg, e nunca quantidades superiores a 200kg. E, por cada produto, a média situa-se entre 20 e 30kg, excepto a batata comum que rondava 60kg. No concernente às retalhistas, a sua venda diária era inferior a 50kg. No mercado da Praia estima-se que 43% das retalhistas vedem menos de 50kg por dia; 17% entre 50 e 100kg; e 40% entre 100 e 200kg. No mercado de Assomada, essas estimativas apontam para 40%, 40% e 20% respectivamente.

Quanto à disponibilidade de informações, foi implantado em 1991 um sistema de informação de mercados (SIM) que consiste na recolha e difusão de informação sobre os preços das principais hortícolas (preços no produtor e no consumidor). Segundo Ambrosino (1994) esta informação permitiu aos produtores, bem como os outros intervenientes, um melhor conhecimento do mercado consumidor, possibilitando-lhes negociar os seus produtos. Contudo existe um outro ponto de vista segundo o qual a divulgação dessas informações no jornal não é de nenhuma utilidade junto dos agentes de comercialização, uma vez que na maioria têm pouca ou nenhuma formação escolar. Por isso, embora continua a recolha dos dados, a sua divulgação no jornal foi suspensa.

### **3.2.3- Custo de Comercialização**

Os produtos após a colheita passam por várias etapas de comercialização, a citar: limpeza, selecção, arrumação, embalagem, carga/descarga, transporte, armazenamento,

venda (taxa de mercado). Cada uma dessas fases envolvem, para além do custos normais, riscos que também se traduzem em custos.

Geralmente as três primeiras etapas ocorrem na exploração, mas os produtores entrevistados não têm noção dos encargos monetários. Normalmente não efectuam registos nem preparam a conta de exploração, por isso não foi possível conseguir informações que permitissem estimar os custos envolvidos.

### **3.2.3.1- Custo de comercialização das grossistas**

Os dados das entrevistas permitem identificar cinco elementos da estrutura dos custos de comercialização: armazenamento, carga/descarga, embalagem, taxa e transporte.

#### **↳ Armazenamento**

Das culturas em estudo, o tomate e o repolho têm características que não permitem o armazenamento. Para a cebola e a batata é possível o seu armazenamento ainda que por períodos relativamente curtos.

A nível da exploração, 80% dos produtores entrevistados não armazenam os seus produtos, alegando que a quantidade não é suficiente. Constatou-se que outros 16% fazem armazenamento ocasional de batata em Rui Vaz com apoio da FAO. Houve apenas um caso em que o produtor disse que armazena cebola, suportando custos que equivalem a 5\$00/kg.

A nível das retalhistas os produtos normalmente ficam nos mercados, sendo o custo incluído na taxa de permanência no mercado.

No concerne à grossistas, os dados não permitem estimar os custos envolvidos. Mas, segundo Ortet (1991), estas agentes geralmente não armazenam os produtos, mas ocasionalmente o fazem quando existe oportunidade de especulação, quando a oferta é reduzida.

#### **↳ Carga/Descarga**

Dos produtores entrevistados, 20% são os que vendem directamente nos mercados urbanos, tendo um custo de carga/descarga estimado em 0\$72/kg de cada produto aquando da movimentação dos mesmos para o mercado e armazém. Os restantes 80% vendem sempre nas explorações.

Dos intermediários entrevistados, só as que vendem seus produtos no mercado da Praia, que representam 72% têm o custo de carga/descarga. De acordo com os dados

recolhidos, estima-se um custo de 0\$4/kg de batata, 0\$58/kg de repolho, 0\$55/kg de cebola e 0\$4-1\$/kg de tomate, quando a embalagem for de 20-50kg respectivamente.

No mercado de Assomada as intermediárias grossistas entre ajudam-se para carga/descarga dos seus produtos, por isso, não foi contemplado o custo envolvido.

#### ↳ Taxa

As câmaras municipais aplicam uma taxa aos vendedores para uso dos mercados. Segundo as retalhistas e as grossistas, cobra-se a taxa a entrada por volume de carga às grossistas e permanência às retalhistas.

Para retalhistas cobra-se as seguintes taxas de permanência:

- > Assomada 30\$00/pedra/dia para as pessoas que vendem todos os dias, e 50\$00/ pedra para as pessoas que vendem nos dias de feira;
- > Praia 90\$00/ pedra/dia;

Esses elementos não fornecem informação suficiente para estimar os custos envolvidos com precisão.

No caso das grossistas a porta de mercado os preços são os seguintes:

- > Central da Praia 90\$ em cada 6 volumes ( não importa a capacidade nem o produto);
- > Assomada 70\$ por banheira e 100\$ por saco (não importa a capacidade nem o produto);

Através dos elementos disponíveis estima-se o seguinte:

Quadro 3 Custo de comercialização ligado a taxa/kg

Cultura /Mercados	Assomada	Central de Praia
Batata	2\$	0\$6 - 0\$9
Cebola	2\$	0\$9
Repolho	2\$	0\$6
Tomate	1\$4	1\$40

Nota: banheira de 50kg (tomate) mercado de Assomada  
Grade de 50kg(tomate) mercado Central de Praia  
Saco de 50kg(batata, cebola e repolho) em todos os mercados

#### ↳ Transporte

Em Santiago o transporte dos produtos efectua-se essencialmente nas carrinhas Hillux (caixa aberta), pelos produtores e grossistas. O custo de transporte é suportado pelos agricultores que vendem os seus produtos nos mercados e pelos grossistas que regularmente distribuem esses produtos.

Esse custo varia com a distância entre a exploração e o mercado consumidor, depende também da via de acesso e da quantidade a transportar. Nas explorações mais próximas da via principal, provavelmente, os custos são inferiores em relação às zonas

de difícil acesso. Das zonas de produção visitadas durante o trabalho em S. Tiago Maior, a zona de Chã da Silva encontra-se muito longe da via principal e é de difícil acesso quando comparada com Jaracunda, João Teves e Sta Cruz (Justino Lopes) que estão mais próximas da via principal. Do mesmo modo, em S. Domingos, as zonas de Martinica e Doube são de difícil acesso comparados com Rui Vaz.

Da entrevista 50% de grossistas têm um custo de transporte de cerca de 1\$6/kg de produtos trazidos de S. Tiago para Praia, 27% têm 1\$3/kg de S. Tiago para Assomada (rabidantes locais), e 22% têm 1\$4/kg de S. Domingos à Praia, incluindo passagem das grossistas.

Durante o trabalho não foi possível entrevistar as grossistas que fazem S. Domingos à Assomada, por isso não se estima o respectivo custo de transporte. Esse custo actualmente, é superior ao que se apurou na altura das entrevistas, com a subida do preço de combustível que se verificou durante os meses de Agosto e Setembro do corrente ano, pouco depois da realização das entrevistas.

#### ↳ **Embalagem**

O tipo de embalagem determina a qualidade do produto. Dependendo do tipo de produto, sua dureza e resistência, pode ser transportado num ou outro tipo de embalagem.

Durante a entrevista as rabidantes asseguraram que a grade de plástico é ideal para o transporte de todos os produtos; devido a: dá garantia de arejamento, permite uma melhor arrumação dos produtos, é mais fácil de transportar e possui maior vida útil (até dois anos). Contudo, foi possível observar produtos como o tomate serem transportados em banheiras tanto de plástico como de alumínio, a cebola, o repolho e a batata em sacos de 50kg.

As embalagens são relativamente baratas, pelo que o montante da amortização é irrisório. Os dados permitem avançar que quando transportado em saco de 50kg, o custo correspondendo à amortização da embalagem é de ordem de 0\$03/kg no caso de batata, cebola e repolho, admitindo-se uma vida útil de duas semanas para o saco que custa 20\$00. Mas, a banheira (50kg) com o preço de aquisição de 1600\$ e vida útil de um ano, o custo de comercialização é de 0\$06/kg. Normalmente, no mercado as retalhistas usam caixas de madeira para expor os seus produtos e adicionam um custo de 0\$08/kg em qualquer um dos produtos em estudo. Com base na informação do quadro 4 abaixo estima-se:

**Quadro 4 Custo de embalagem**

Tipo de embalagem	Preço de aquisição	Vida útil	Capacidade	Amortização /kg
Saco	20\$00	12 dias	50kg	0\$03
Banheira de alumínio	1000\$00	300 dias	50kg	0\$06
Grade de plástico	1000\$00	300 dias	50kg	0\$06
Caixa de madeira	20\$00	12 dias	20kg	0\$08

↳ **Perdas**

Como já se referiu, os pontos de produção e de consumo não coincidem. Por isso, os produtos devem ser embalados e transportados de um ponto para outro. Nesse vaivém, 1kg de produto na exploração não é igual à mesma quantidade quando chega no mercado. Essa diferença representa perdas não só da qualidade como também física. Segundo Shepherd (1994), essa perda representa 10% no caso de tomate e 7% para batata, cebola e repolho. Com base nisso, foram aplicadas essas porcentagens ao preço médio no produtor, para cada um dos produtos, conforme se apresenta no quadro 5 abaixo.

**Quadro 5 Custo das perdas**

Zonas	Batata		Cebola		Repolho		Tomate *	
	Preço	7%	Preço	7%	Preço	7%	Preço	10%
S.Tiago	66\$00	4\$60	55\$00	3\$85	63\$00	4\$40	44\$00	4\$40
S.Domin.	54\$00	3\$78	55\$00	3\$85	77\$00	5\$39	43\$00	4\$30

Obs.: preço médio colhido junto aos produtores

Em suma, na medida do possível, usando os dados disponibilizados pelas grossistas, estimou-se um custo por quilograma de produto que varia entre 6\$31 a 7\$93 referente a armazenamento, carga e descarga/descarga, embalagem, perda e transporte. Dos itens considerados, a perda tem maior peso no custo de comercialização em todos os cenários identificados, a seguir vem o transporte, a carga a taxa e a embalagem (ver o quadro 6 abaixo). Referindo às quatro culturas em análise, a cebola envolve menores custos e constitui a cultura de melhor viabilidade teoricamente, sendo que a batata e o repolho serem as de custos similares mas, parece ser viável a comercialização desses por permitir a melhor conservação. No que concerne as rotas identificadas, custa menos comercializar batata repolho e tomate na rota S.Tiago à Praia, para cebola custa menos comercializar na rota S.Domingos à Praia. Na rota S.Tiago à Assomada apesar de, não envolver custo ligado a carga/descarga a taxa aplicada faz com que, por quilograma de qualquer desses produtos seja mais elevado.

Quadro 6 Resumo do Custo de Comercialização a nível de grossistas

Culturas	Trajectos	Carga/descarga	Transporte	Perda	Taxa	Embalagem	Total
Batata comum	S.tiago à Praia	0\$4	1\$5	4\$60	0\$3	0\$03	6\$83
	S.tiago à Assomada	0\$4	1\$3	4\$60	2\$00	0\$03	7\$93
	S.Doming à Praia	---	1\$4	3\$78	0\$70	0\$03	6\$31
Cebola	S.tiago à Praia	0\$4	1\$5	3\$85	0\$70	0\$03	6\$48
	S.tiago à Assomada	---	1\$3	3\$85	2\$00	0\$03	7\$18
	S.Doming à Praia	0\$4	1\$4	3\$30	0\$9	0\$03	6\$58
Repolho	S.tiago à Praia	0\$4	1\$5	4\$40	0\$3	0\$03	6\$63
	S.tiago à Assomada	---	1\$3	4\$40	2\$00	0\$03	7\$73
	S.Doming à Praia	0\$4	1\$4	5\$39	0\$60	0\$03	7\$82
Tomate	S.tiago à Praia	0\$4	2\$0	4\$40	0\$8	0\$06	7\$66
	S.tiago à Assomada	---	1\$3	4\$40	1\$4	0\$03	7\$13
	S.Doming à Praia	0\$7	1\$4	4\$30	0\$9	0\$03	7\$33

### 3.2.3.2- Estimativa de custo das retalhistas

De uma forma geral, o cálculo de custo de comercialização deixa muito a desejar, há factores não estimáveis como: tempo gasto durante o negócio, alimentação durante o dia, transporte a nível retalhista. É de salientar que, os retalhista vendem vários produtos. Os dados disponíveis não permitiram determinar a quantidade vendida por dia e a distribuição de tempo por produto. Por isso, baseou-se no estudo feito por Ambrosino (1994) Os pressupostos foram os seguintes: média ponderada de venda 86kg/dia e perda estimada em 4% do preço no consumidor por dia.

#### Cálculo do custo a nível de venda retalho

➤ Taxa de permanência no mercado (taxa/venda diária)

A taxa aplicada no mercado de Assomada é de 40\$00, neste caso cada quilograma de produto custa 0\$46/dia. No mercado central de Praia, a permanência é de 90\$00, assim cada quilograma do produto custa 1\$05/dia.

➤ Transporte (preço de transporte/venda diária)

Considerou-se que as retalhistas da Praia deslocam de autocarro, por isso têm um custo ligado a transporte por dia de 0\$58. Para as retalhistas de Assomada supõe-se que têm

um custo de 100\$00 para se deslocarem ao mercado local, somam um custo de 1\$16 em cada quilograma de produto por dia.

>> Perda (% de perda x preço médio do consumidor)

Para retalhistas, Ambrosino (1994) estimou uma perda de 4% do preço consumidor para qualquer dos produtos em estudo (quadro 7 abaixo)

Quadro 7 Estimativa de perda a nível retalhista

Mercado	Batata comum		Cebola		Repolho		Tomate	
	Preço	Perda	Preço	Perda	Preço	Perda	Preço	Perda
Assomada	83\$30	3\$30	98\$38	3\$9	103\$40	4\$14	78\$85	3\$15
Praia	106\$60	4\$26	69\$50	2\$78	100\$00	4\$00	81\$90	3\$28

Obs.: o preço médio foi estimado de acordo a percentagem do preço consumidor do ano 1999 sobre o preço colhido junto aos produtores inquiridos

Em relação às retalhistas, estima-se um custo que varia de 4\$80 a 6\$62. Esses custos contemplam a remuneração simbólica das retalhistas. Os custos mais elevados estão associados a batata comum no mercado de Assomada (ver o quadro 8 abaixo).

Quadro 8 Resumo de custo de comercialização ao nível das retalhistas

Itens	Batata comum		Cebola		Repolho		Tomate	
	Assomad.	Praia	Assomad.	Praia	Assomad.	Praia	Assomad.	Praia
Embala.	0\$08	0\$08	0\$08	0\$08	0\$08	0\$08	0\$08	0\$08
Transp.	1\$16	0\$58	1\$16	0\$58	1\$16	0\$58	1\$16*	0\$58
Taxa	0\$46	1\$36	0\$46	1\$36	0\$46	1\$36	0\$46	1\$05
Perda	3\$30	4\$26	3\$90	2\$78	4\$14	4\$14	3\$15	3\$28
Total	5\$90	6\$62	5\$60	4\$80	5\$78	6\$16	4\$85	4\$99

### 3.2.3.3- Distribuição da margem de comercialização

Os dados de custos provêm dos quadros 6 e 8 que mostram o resumo de custos em relação a grossistas e retalhistas por cada quilograma de produto em estudo. Tendo em consideração a diferença dos preços dos produtos nos quadros 5 e 7 referidos atrás obteve-se as margens utilizadas no quadro 9 abaixo. Esse quadro mostra que a margem aplicada sobre os preços reflecte todos os custos estimados e consegue-se remunerar os intervenientes da comercialização. Salvo batata comum no mercado de Assomada e cebola no mercado de Praia que apresentam uma remuneração negativa. Em relação a repolho e tomate como são de produção nacional, enfrentam por um lado, menos problema de concorrência e por outro os intervenientes podem aplicar margens superiores para compensar todos os serviços envolvidos e a perda principalmente no caso de tomate. Uma outra ilação refere ao circuito, que podem muito bem fazer com que haja maior remuneração, caso houver muitos intervenientes ao longo do circuito.

Com base nesta análise simplificada pode-se afirmar que há dúvidas duma comercialização exploradora. O rendimento residual que vai para a grossista parece razoável.

Quadro 9 Distribuição da margem de comercialização

Itens	Batata comum		Cebola		Repolho		Tomate	
	Assomada	Praia	Assomada	Praia	Assomada	Praia	Assomada	Praia
Marg. De comercial	17\$30	40\$60	43\$38	14\$5	40\$40	37\$00	34\$85	37\$90
Custo de retalhistas	5\$00	6\$62	5\$60	4\$80	5\$78	6\$16	4\$85	4\$99
Custo das grossistas	7\$13	7\$66	7\$18	6\$48	7\$73	6\$63	7\$93	6\$83
Margem de lucro gros.	5\$17	26\$32	30\$60	3\$22	26\$89	24\$21	22\$07	26\$08

### 3.2.4- Margem de comercialização

A Margem de comercialização consiste na diferença entre o preço a retalho e o do produtor. Cobre todas as dimensões de comercialização e reflecte todos os serviços fornecidos pelos agentes: transporte, comunicação (telefone, correio, etc.), viagens, mão de obra, acondicionamento, armazenamento, transformação, juros, riscos, etc.

Os quadros em anexo referentes a margem bruta de comercialização, foram baseados na evolução dos preços médios no produtor e no consumidor entre os anos 1992-1999. Nota-se que no período de 1992 a 1997, houve recolha regular de dados sobre os preços no produtor e no consumidor e divulgação dos mesmos nos jornais (excepto 1995, ano para qual não há nenhum dado disponível). Isso parece apoiar a afirmação de Ambrosino (1994) de que a implantação do SIM, permitindo aos produtores um melhor conhecimento do mercado, tenha possibilitado que eles melhorassem a sua quota parte do preço a retalho. A partir de 1998 inclusive, os dados começam a rarear, principalmente no tocante ao preço no produtor.

Os mesmos mostram as flutuações de preço do produtor de S.Tiago Maior e mercados consumidores de Assomada e Praia. No mercado consumidor da Praia as margens foram frequentemente superiores em relação às do mercado consumidor da Assomada para todas as culturas em causa. Essa relação pode ser atribuída, por um lado, ao circuito de comercialização mais longo na Praia do que na Assomada e o custo de transporte do mercado produtor para Praia ser maior do que para Assomada. E por outro lado, ao facto de que no mercado consumidor de Assomada haver frequentemente "dias de feira". Geralmente nesses dias há uma grande concentração de produtos no mercado.

As margens apresentaram uma oscilação permanente o que evidencia uma variação no preço dependendo da oferta, não só local como da importação para o caso específico de cebola e batata comum. Pelos dados do mercado produtor, o período de abastecimento não ultrapassou seis meses em média nesses anos, abarcando sempre o primeiro semestre do ano. Nessa situação exige um grande complemento de importação destes produtos, desde que não coincida com a época de produção local, pois, provoca desincentivo a produção local, ou ainda um imposto sobre a importação se houver interesse nessa época. Em relação a tomate, de facto houve produção e abastecimento local durante todo ano. No repolho a produção não cobre ano inteiro mas a situação não apresenta muitas falhas.

**Batata Comum-** os dados do preço produtor referem com frequência ao primeiro semestre dos anos. A margem de comercialização no mercado de Praia variou de 24,26% a 40,26% do preço consumidor; teve uma tendência de redução mas não linear. No mercado de Assomada a margem variou de 17,11% a 30,79% do preço retalho. Nesses dois mercados consumidores a margem praticada no da Praia foi sempre superior a Assomada. Essa situação evidencia um circuito mais longo na Praia (ver o quadro 4A em anexo).

**Cebola-** Os dados do preço referem-se sempre ao primeiro semestre do ano. Essa cultura tem uma margem que variou de 21,13% a 46,44% e 27,75% a 40,78% nos mercados consumidores de Praia e Assomada respectivamente. Nesses dois mercados a margem praticada tem sido superior no mercado de Assomada que Praia com muito mais frequência para o período de estudo (ver o quadro 5A em anexo). Talvez porque a cebola é produzida principalmente em S. Domingos, que fica a uma distância mais próxima da praia do que Assomada.

**Repolho-** A margem de comercialização tem variado de 33,24% a 48,2% e de 23,94 a 21,93% do preço final nos mercados consumidores de Praia e Assomada respectivamente. Para os dois mercados houve uma tendência de redução da margem no período de estudo (1992-1999) com maior redução no mercado de Assomada (ver o quadro 6A em anexo).

**Tomate-** A margem de comercialização do tomate referente aos mercados de S.Tiago Maior à Praia no período de 1992 a 1999 variou de 35,81% a 50,19% do preço retalho. Em relação ao mercado consumidor de Assomada a margem variou de 26,96% a 48,23%. Existe uma tendência de redução em pouca porcentagem e não linearmente. Entre os dois mercados numa primeira etapa (1992-1994) a margem era superior no

mercado consumidor de Praia, mas na segunda etapa (1996-1999) a situação se inverte (ver o quadro 7A em anexo).

As figuras (2 e 3 em anexo) mostram a evolução da margem a nível dos dois mercados consumidores. Das quatro culturas em análise a do tomate apresenta sempre margem mais elevada, o que pode estar associado a sua sensibilidade, constitui a cultura que sofre maiores perdas físicas. Em posição oposta está a batata comum, por ser a cultura em que assiste-se problema de abastecimento local, recorrendo sempre importação frequente grande concorrência e também por melhor possibilidade de conservação.

### **3.2.5- Preços**

Durante a entrevista todos os produtores afirmam que os preços são fixados de acordo ao mercado. Alegam que normalmente a variação está na ordem dos 100 a 150\$/kg de produto. Na época a seguir à "azágua" há uma grande oferta, tomate e repolho podem ser vendido até 20\$/kg, batata comum e cebola até 30\$/kg. Nessa altura, 25% das retalhistas relatam não comprar produto hortícola, preferindo comercializar outros produtos; 75% das retalhistas só aceitam esses produtos por terem fornecedores fixos, preservando dessa forma o fornecimento na época de escassez. Portanto, a época de escassez (pouca oferta) coincide geralmente com a chuva. Pelas respostas a nível do produtor (exploração) o preço mais alto pode ser: 150\$/kg de tomate, 170\$/kg de repolho, 135\$/kg de batata comum e 183\$/kg de cebola. A nível de retalhista o preço mais alto depende muito do número de intervenientes por que passaram os produtos, mas a época mais alarmante coincide com as chuvas. Essas constatações coincidem e confirmam a abordagem feita por Ambrosino (1994).

## **4- Conclusão e Recomendação**

Depois da análise dos dados pode-se concluir o seguinte:

A produção e a comercialização são em geral de pequena escala, 524 e 673 explorações agrícolas na ilha de Santiago comercializam batata comum e outros legumes respectivamente e a quantidade comercializada de cada hortícola está compreendida entre 1520 e 4250 toneladas por ano, em todo país.

A utilização do sistema de rega gota-gota fez aumentar a produção e consequentemente a área irrigada. Por um lado tem havido economia de água e por

outro lado pode implicar maior pressão sobre os lençol freático, pois ao longo prazo poder enfrentar-se problema de salinização dos solos

Nas zonas de produção onde se fez recolha de dados, os produtores enfrentam problemas ligados a rodoviária e direito de terra, o que pode não estimular investimento.

A comercialização das hortícolas em referência apresenta apenas duas dimensões: uma dimensão espacial referente à não coincidência dos pontos de produção e de consumo e uma dimensão temporal (armazenamento) com pequena expressão especialmente para o caso dos produtos locais. Pelo que as funções dos intermediários se resumem especialmente a recolha e transporte/distribuição dos produtos, para além da sua função de organização e assunção de riscos.

Existe um grande número de intervenientes em todos os níveis de comercialização. Os produtores contactados declaram que enfrentam vários compradores, e os retalhistas também afirmam enfrentar muitos vendedores. Em ambos os níveis os preços são determinados pelas forças do mercado competitivo. Não foi possível constatar situações de oligopólio/oligopsónio. Recomenda-se estudo mais aprofundado da estrutura do mercado, sobretudo da possível existência de uma categoria de intermediários com poderes oligopolistas/oligopsonistas.

Continua a haver um circuito longo e um circuito curto. Com intuito de melhorar o circuito, entrou em funcionamento do mercado grossista Achada São Filipe. A primeira reacção das retalhistas foi descontentamento. Recomenda-se o seguimento deste novo figurino de modo a conhecer a seu impacto na melhoria da comercialização.

Com funcionamento do mercado abastecedor (S.Filipe) aumenta o custo de comercialização em relação às retalhistas da Praia (mercado Central), pois são obrigadas a se deslocarem para aquisição dos produtos e certamente também, reduz o custo de transporte para as grossistas.

Das culturas em estudo abrangem quatro elementos dos custos de comercialização: transporte, carga/descarga, embalagem, taxa de entrada aos grossistas e taxa de permanência aos retalhistas nos mercados. Estes elementos representam uma percentagem relativamente pequena do custo total de comercialização. Apenas a perda e a retribuição dos vendedores constituem maior percentagem.

As informações sobre os preços são um tanto esporádicas, sobretudo ao nível dos preços no produtor, fazendo com a determinação das margens de comercialização deixe muito a desejar. Recomenda-se uma revisão da metodologia de recolha dos dados junto dos produtores no sentido de uma recolha mais regular destes dados.

A determinação de margem situam entre 21,13% a 50,19% em relação ao mercado de Praia; e entre 17,11% a 48,23% em relação à Assomada. As margens mais baixas, deixam transparecer que os custos comercialização são razoáveis. As margens mais elevadas talvez sejam o reflexo dos longos circuitos e maior perecibilidade dos produtos em determinadas épocas. Em relação essas margens pede-se dizer que os circuitos têm sido muito longo, para tal sugere-se desenvolvimento de circuitos mais curtos, como se prevê em relação Praia que actualmente existe um mercado grossista em funcionamento.

Das culturas analisadas, o tomate apresenta as maiores margens de comercialização, talvez por acarretar maiores perdas devido a sua relativa fragilidade. Em posição oposta está a batata comum, representa relativamente um maior poder de conservação.

Uma comparação entre as margens de comercialização e os custos estimados transmite a ideia de que as margens reflectem os custos, e que as remunerações dos intermediários são razoáveis. Não se detectou indícios de uma comercialização exploradora. Os dados analisados não permite concluir se intermediários são ou não exploradores. Contudo, estes pontos carecem de uma análise mais aprofundada e mais exacta tanto à nível das grossistas como das retalhistas. O desconhecimento do preço à retalho e à grosso impede a distinção entre as margens de lucro de grossistas e retalhistas.

Face a conclusão recomenda-se que este inquérito seja realizado sobre uma amostra maior e mais representativa, com um período de recolha de dados mais alargado a nível de todo país, para melhor conhecimento da situação da comercialização.

Para minimizar o problema de variação de preços devia-se regularizar a oferta, os importadores de produtos (cebola e batata) organizem-se para importação e desenvolvam uma maior capacidade de armazenamento. O que possivelmente maiores quantidades e por muito mais tempo. À nível de produção nacional aconselha-se maior e melhor investigação, de forma encontrar variedades adaptadas a qualquer época para todas culturas e em relação aos produtores tenham melhor organização da sua produção para todo ano. Apesar das investigações já desenvolvidas, continua havendo época de escassez desses produtos locais no mercado nacional.

Tendo em conta a perda na estrutura do custo de comercialização, é urgente desenvolver um melhoramento em termos de conservação de produtos e melhores condições de embalagem e transporte.

Para melhor abastecimento do mercado com produtos, sugere-se a melhoria das vias rodoviárias.

## 5- Referência Bibliográfica

Ambrosino, J (1994) Fiche Preliminaire pour de L'Impact de la Recherche et Development sur la Filiere Maraichere, 21p. mais anexos

Ciufolini, C. (1988) Como cultivar a sua horta Lisboa Editorial Presença, L.da (232 p.)

CPDA (s/d) Ficha Técnica de Comercialização de Hortícolas em cabo Verde

Diaz, A.; Coutinho, E.; Neves, I.; Janssens, L.; Morais, M.T. & Cruz, O. (1991) 1º(primeiro) Seminário sobre as políticas e estratégias alimentares para os países africanos de língua oficial portuguesa. São Jorge dos Ógãos (24-06-91 a 4-7-91) pp.38

Devalque, J. (1988) Organisation de Production et de la Commercialization. *in* Production de legumes dans les conditions arides e semiarides d'Africa Tropical Roma (419-434 p.)

DSSA (1999) Boletim Anual de informação sobre a segurança alimentar

EESE-PFCR e DCS-INA (1987) Contas para algumas culturas de regadio nas ilhas de Santiago e S<sup>to</sup> Antão, Universidade do Arizona. 56p. Mais anexo

FAO (1990) La Comercialización de Productos Hortícolas. Roma

FAO (s/d) Documento de Projecto GCP/CVI/.../NET

Gardê, A. & Gardê, N. (1988) Culturas Hortícolas 6ª edição

INFA(s/d)- Développement du Secteur Maraicher Phase II: 54 p.

MDRP/GEP (1990) Recenseamento Agrícola 1988. Volume 1

MAAA (1999) Campanha de Regadio 1999-2000

MAAA/GEP (1997) Estatísticas Agrícolas

Neves, I. (2001) Apontamento de Economia Agrícola II

Ortet, E. (1991) Monographie sur la Production et la multiplication de L'oignon au Cap Vert (Praia)

Pfeiffer, H. (2001) Elementos para um Plano Director de Horticultura de Cabo Verde. FAO GCCCP-CVI-36-NET. Documento de trabalho preparado para as discussões do Atelier nacional de avaliação. MAP/FAO. Cabo Verde.154p.

Shepherd, A. W.(1994) Guide pratique des Coûts de Commercialisation et de leur mode de Calcul. Rome, FAO

Silva, A. J. (1987) Horticultura (Relatório final de estágio do curso de base), S.Jorge dos Órgãos

Stevens, R. D. & Jabara, C.L.(1998) Agricultural Development Principles.

Koops, F. M.(1990) Fichas Técnicas das Principais Culturas Hortícolas em Cabo Verde

Veken, H.V.D.(1987) Premieres Considerations sur L'Evaluation Varitale de Legumes et L'organisation de la Pomme Terre e de L'Oignon (Praia)

6- ANEXO

# ANEXO

Quadro 1A Evolução da produção hortícolas e raízes e tubérculos (1991-2000)

Unidade: toneladas

Produção hortícola	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Abóbora	750	750	855	855	855	885	915	900	950	1250
Alface	32	32	48	288	256	318	380	384	750	1015
Cebola	960	960	1080	780	840	973	1105	1036	1375	1520
Cenoura	308	418	396	440	660	653	645	728	855	1000
Couve	600	600	600	360	360	510	660	660	830	2025
Feijão Verde	12	12	36	36	24	33	41	40	60	80
Melancia	105	25	165	150	120	124	128	150	525	605
Pimentão	300	420	800	860	750	1033	1316	1246	1620	1740
Pepino	105	240	165	225	250	295	340	495	1020	815
Repolho	1450	1625	2050	2200	2200	2335	2470	2673	4365	4195
Tomate	960	960	1476	1500	1500	2348	3195	3179	3816	4250
Diversos	114	195	315	354	410	518	625	560	815	550
Total	5651	6237	7986	8048	8225	10023	11820	12051	16981	19045
Taxa progressão anual		10%	28%	1%	2%	22%	18%	18%	41%	12%

Raízes e tubérculo	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Batata doce		3080	3080	3150	3164	3232	3300	3400	3800	4000
Batata comum		1785	2370	1386	2160	2305	2450	2600	2500	3250
Total		7665	7718	7718	8524	8687	8850	9100	9700	10250
Taxa progressão anual			1%	0%	10%	2%	2%	3%	7%	6%

Fonte: DGFA, INFA, DAS, DGASP, CPDA, INE, GEP, DMA e fontes diversos, completado por 036 (1991-2000)

Quadro 2A Evolução das Áreas cultivadas com legumes

Unidade: ha

Cultura	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Tomate	85	119	80	80	123	125	125	222	161
Cebola	45	43	40	40	45	33	35	55	37
Repolho	92	59		65	82	88	88	212	98
Bat.com.	133	108	160	105	132	67	---	110	140
Outros	263	196	155	203	247	266	266	461	662
Total	618	525	440	493	629	579	---	1060	1098

Fonte: Divisão de produção e comercialização/DGFA/MDRP

INFA/MAAA  
DGASP/MAAA

Quadro 3A Evolução sazonal dos preços no mercado de Praia (média 90-94)

Mês	Batata	Cebola	Repolho	Tomate	Média
Janeiro	83\$00	100\$00	113\$00	150\$00	128\$00
Fevereiro	95\$00	107\$00	109\$00	125\$00	129\$00
Março	78\$00	79\$00	85\$00	84\$00	108\$00
Abril	89\$00	82\$00	84\$00	118\$00	120\$00
Maio	120\$00	83\$00	110\$00	128\$00	126\$00
Junho	122\$00	85\$00	118\$00	126\$00	130\$00
Julho	115\$00	91\$00	1400	126\$00	124\$00
Agosto	138\$00	115\$00	165\$00	131\$00	137\$00
Setembro	129\$00	128\$00	169\$00	155\$00	144\$00
Outubro	95\$00	166\$00	157\$00	159\$00	146\$00
Novembro	87\$00	151\$00	167\$00	160\$00	136\$00
Dezembro	83\$00	127\$00	138\$00	183\$00	133\$00
Média	103\$00	110\$00	130\$0	137\$00	130\$00

Fonte: Adaptado Projectos DIAPER e FAO GCP/CVI/30/NET)

Quadro 4A Evolução da margem de comercialização da cultura de batata comum

Ano	Preço Produtor (S.Tiago Maior)			Margem de comercialização				Preço consumidor (ECV/kg)	
	ECV/kg	%		ECV/kg		%		Praia	Assomada
		Praia	Assomada	Praia	Assomada	Praia	Assomada		
1992*	55\$10	59,56	69,52	37\$41	24\$16	40,44	30,48	92\$51	79\$26
1993*	40\$00	64,52	69,20	22\$00	17\$80	35,48	30,79	62\$00	57\$00
1994* <sup>1</sup>	66\$40	75,42	81,82	21\$57	14\$75	24,52	18,18	87\$97	81\$15
1995	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
1996* <sup>2</sup>	95\$45	75,35	53\$18	31\$22	84\$05	24,65	46,82	126\$67	179\$50
1997★	80\$80	73,59	75,27	29\$00	26\$55	26,41	24,73	109\$80	107\$35
1998☆	76\$06	75,75	82,99	22\$44	14\$46	24,25	17,11	92\$50	82\$52
1999*	92\$50	61,67	80,72	57\$50	27\$10	39,33	19,28	150\$00	114\$60

Fonte: Adaptado GEP-MAP

Obs.: N/D- dados não disponíveis

média refere a: \* Sete meses (Janeiro a Julho)

\* Um mês (Março)

\* Seis meses (<sup>1</sup>Janeiro a junho e <sup>2</sup> Fevereiro a Julho)

★ Quatro meses (Fevereiro, Março, Maio e Julho)

☆ Cinco meses (janeiro a Maio)

\* Dois meses (Março e Abril)

Quadro 5A Evolução da margem bruta de comercialização da cultura de cebola

Ano	Preço Produtor (S.Tiago Maior)			Margem de comercialização				Preço consumidor (ECV/kg)	
	ECV/k g	%		ECV/kg		%		Praia	Assomada
		Praia	Assomada	Praia	Assomada	Praia	Assomada		
1992* <sup>1</sup>	64\$11	67,34	73,52	31\$09	24\$29	32,66	27,48	95\$20	88\$40
1993*	47\$45	56,94	61,78	35\$88	29\$35	43,06	38,22	83\$33	76\$80
1994* <sup>2</sup>	60\$07	53,56	71,0	46\$43	24\$57	46,44	28,99	106\$50	84\$6
1995	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
1996*	67\$08	73,85	59,22	23\$75	46\$19	26,15	40,78	90\$83	113\$27
1997☆	97\$30	64,16	60,69	54\$36	63\$02	35,84	39,31	151\$66	160\$32
1998* <sup>3</sup>	95\$58	71,25	72,25	38\$56	36\$72	28,74	27,75	134\$14	132\$30
1999★	73\$90	78,87	55,82	19\$80	58\$50	21,13	44,18	93\$70	132\$40

Fonte: Adaptado GEP-MAP

Obs.: N/D- dados não disponíveis

A média refere a:

\* sete meses (<sup>1</sup>Janeiro a Julho, <sup>2</sup>Fevereiro a Agosto, <sup>3</sup> Fevereiro a Julho e Setembro)

\* oito meses (Janeiro a Agosto)

\* seis meses (Março a Agosto)

☆ cinco meses (Março a Junho e Agosto)

★ três meses (Março a Maio)

Quadro 6A Evolução da margem de comercialização de cultura de repolho

Ano	Preço Produtor (S.Tiago Maior)			Margem de comercialização				Preço consumidor (ECV/kg)	
	ECV/kg	%		ECV/kg		%		Praia	Assomada
		Praia	Assomada	Praia	Assomada	Praia	Assomada		
1992★	87\$36	57,19	57,07	65\$40	65\$71	42,81	42,93	152\$76	153\$07
1993☆	65\$20	66,6	76,06	32\$70	20\$53	33,4	23,94	17\$90	85\$73
1994*	73\$90	51,9	59,41	68\$50	50\$50	48,1	40,59	142\$40	124\$40
1995	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
1996*	95\$34	66,59	69,21	47\$83	42\$41	33,41	30,79	143\$17	137\$75
1997	100\$04	61,64	63,1	62\$25	58\$61	38,35	36,9	162\$29	158\$65
1998*	70\$16	66,76	69,91	34\$94	30\$20	33,24	30,09	105\$10	109\$36
1999*	70\$8	57,99	60,49	51\$30	46\$25	42,01	39,51	122\$10	117\$05

Fonte: Adaptado GEP-MAP

Obs : N/D- dados não disponíveis

A média refere a:

- ★ nove meses (sem Maio, Agosto e Setembro)
- ☆ sete meses (sem Maio e de Agosto a Novembro)
- \* Oito meses (sem Abril, Maio, Setembro e Dezembro)
- \* dez meses (sem Julho e Agosto)
- \* cinco meses (Janeiro a Maio)
- \* dois meses (Março, Abril)

Quadro 7A Evolução da margem bruta de comercialização de cultura de tomate

Ano	Preço Produtor (S.Tiago Maior)			Margem de comercialização				Preço consumidor (ECV/kg)	
	ECV/kg	%		ECV/kg		%		Praia	Assomada
		Praia	Assomada	Praia	Assomada	Praia	Assomada		
1992	79\$50	49,81	53,21	80\$10	69\$90	50,19	46,79	159\$60	149\$40
1993	79\$50	55,52	60,5	63\$70	51\$90	44,48	39,49	143\$20	131\$40
1994	72\$40	55,43	57,64	58\$50	53\$20	44,69	42,36	130\$90	125\$60
1995	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
1996	94\$30	64,19	73,04	52\$60	34\$80	35,81	26,96	146\$90	129\$10
1997	73\$80	55,43	55,28	52\$50	59\$70	41,57	44,72	126\$30	133\$50
1998★	68\$48	62,18	55,08	41\$65	55\$84	37,82	44,92	110\$13	124\$32
1999☆	50\$20	56,53	51,77	38\$60	46\$77	43,47	48,23	88\$80	96\$97

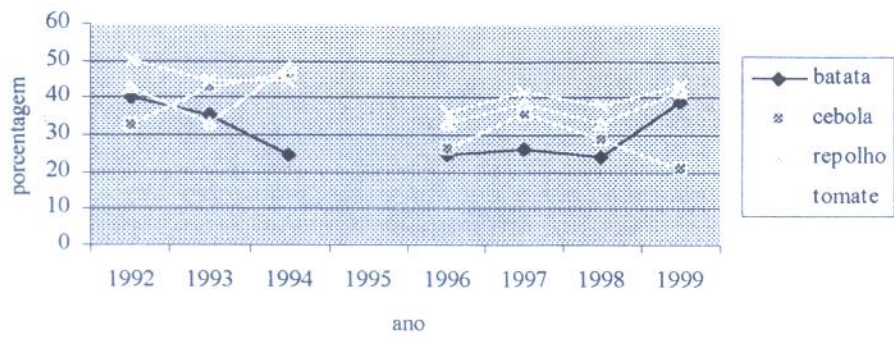
Fonte: Adaptado GEP-MAP

Obs.: N/D- dados não disponíveis

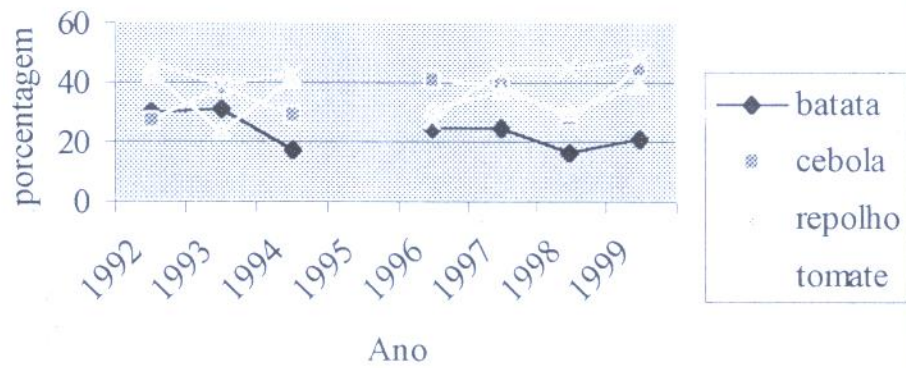
A média refere a:

- ★ Seis meses (Janeiro a Abril, Junho e Julho)
- ☆ Três meses (Março a Maio)

Margem de comercialização no mercado central de Paria



Margem de comercialização no mercado de Assomada



## Inquérito sobre o comércio retalhista de produtos hortícolas

Inquiridor \_\_\_\_\_ Data \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ Local /mercado \_\_\_\_\_  
Zona \_\_\_\_\_ Freguesia \_\_\_\_\_ Concelho \_\_\_\_\_

### Dados comerciais

1- Você tem alguma contabilidade do seu negócio? \_\_\_ sim \_\_\_ não

2- Você sabe quanto ganha? \_\_\_ sim \_\_\_ não

3- Qual é a origem dos produtos?

Santiago \_\_\_ sim \_\_\_ não S. Domingos \_\_\_ sim \_\_\_ não \_\_\_ outros

4- Com quanto tempo de antecedência encomenda os produtos?

5- Você tem fornecedor fixo? \_\_\_ sim \_\_\_ não. De onde? \_\_\_\_\_ S. Domingos \_\_\_\_\_ Santiago

6- Você compra na porta do mercado ou não? \_\_\_ as vezes \_\_\_ sempre \_\_\_ não

7- Quanto custa:

\_\_\_ \$/kg(tomate) \_\_\_ \$/kg(cebola) \_\_\_ \$/kg(repolho) \_\_\_ \$/kg(batata)

8- Quanto vende:

\_\_\_ \$/kg(tomate) \_\_\_ \$/kg(cebola) \_\_\_ \$/kg(repolho) \_\_\_ \$/kg(batata)

9- Qual é mais ou menos o seu ganho? \_\_\_ <20\$00 \_\_\_ >20\$00 \_\_\_ ≅40\$00 \_\_\_ ≅50\$00

10- Normalmente, você sabe durante o ano como varia o preço? Porquê?

De Janeiro a Julho

De Agosto a Dezembro

\_\_\_ \$/kg(tomate) \_\_\_ \$/kg(cebola)

\_\_\_ \$/kg(tomate) \_\_\_ \$/kg(cebola)

\_\_\_ \$/kg(repolho) \_\_\_ \$/kg(batata)

\_\_\_ \$/kg(repolho) \_\_\_ \$/kg(batata)

obs:

11- Como costuma transportar os produtos ?

aluguer de carro \_\_\_\_\_ preço/embalagem

vem junto com os produtos \_\_\_ \$/ pessoa

nenhum \_\_\_\_\_

12- Que tipo de embalagem usa?

\_\_\_ caixa Preço \_\_\_ \$ capacidade \_\_\_ kg

\_\_\_ balaio preço \_\_\_ \$ capacidade \_\_\_ kg

\_\_\_ saco preço \_\_\_ \$ capacidade \_\_\_ kg

13- Quanto tempo demora uma embalagem?

caixa \_\_\_ ano \_\_\_ vezes/semana

saco \_\_\_ ano \_\_\_ vezes/semana

balaio \_\_\_ ano \_\_\_ vezes/semana

14- Qual é a embalagem que demora mais tempo? \_\_\_ caixa \_\_\_ saco \_\_\_ balaio

15- Qual é a taxa que paga?

\_\_\_ \$ (entrada/embalagem) \_\_\_ \$ (permanência/dia) \_\_\_ \$ (outros)

obs.

16- Você tem ideia de quantos quilos de tomate deita fora no fim do dia ? \_\_\_ <1kg \_\_\_ >2kg \_\_\_ e no dia seguinte? \_\_\_\_\_ De quantos quilos( kg )total ? \_\_\_\_\_

16- O que você faz com os produtos estragados? De uma forma geral você

\_\_\_ rebaixa o preço e consegue vender

\_\_\_ não consegue vender e joga no lixo

\_\_\_ aproveita alguma coisa no seu lar

17- Você se abastece: \_\_\_ do produtor \_\_\_ de cooperativa \_\_\_ de rabidantes \_\_\_ da horta familiar

\_\_\_ outros ( ex: EMPA)

18- Quantas vezes se abastece por semana?

Obs. \_\_\_\_\_

## Inquérito sobre o comércio intermediário de produtos hortícolas

Inquiridor \_\_\_\_\_ Data \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ Local /mercado \_\_\_\_\_  
Zona \_\_\_\_\_ Freguesia \_\_\_\_\_ Concelho \_\_\_\_\_

### 1- DADOS PESSOAIS

- 1.1- Você é dono desse comércio? \_\_\_ sim \_\_\_ não Tem outras actividades? \_\_\_ sim \_\_\_ não  
1.2- Você tem alguma contabilidade do seu negócio? \_\_\_ sim \_\_\_ não  
1.3- Quantas horas perde num dia? \_\_\_ / dia  
1.4- Você tem alguma ideia de quanto ganha? \_\_\_ sim \_\_\_ não  
1.5- Alguém lhe ajuda no seu negócio? \_\_\_ sim \_\_\_ não  
Quantos? \_\_\_ empregado (s) \_\_\_ familiar (es)  
1.6- Você vive na zona onde faz compra? \_\_\_ sim \_\_\_ não

### 2-DADOS COMERCIAIS

- 2.1- De onde vem esses produtos? \_\_\_\_\_  
2.2- Que produtos vende? \_\_\_\_\_  
2.3- Que quantidade costuma trazer por dia? \_\_\_ kg de tomate \_\_\_ kg cebola  
\_\_\_ kg batata \_\_\_ kg repolho  
2.4- Você tem fornecedor (es) regular (es)? \_\_\_ sim \_\_\_ não. Quantos? \_\_\_  
2.5- Você tem alguma preferência de onde vem(para onde vai) os produtos?  
comprados \_\_\_  
vendidos \_\_\_  
2.6- Você se abastece: \_\_\_ do produtor \_\_\_ de cooperativa \_\_\_ horta familiar \_\_\_ outros ( ex: EMPA)  
2.7- Quantas vezes por semana você abastece esse mercado? \_\_\_ vez (es)  
2.8 - Quanto custa: \_\_\_\$/kg(tomate) \_\_\_\$/kg(cebola) \_\_\_\$/kg(repolho) \_\_\_\$/kg(batata)  
2.9 - Quanto vende: \_\_\_\$/kg(tomate) \_\_\_\$/kg(cebola) \_\_\_\$/kg(repolho) \_\_\_\$/kg(batata)  
2.10- Qual o seu meio transporte? \_\_\_\$/pessoa \_\_\_ outros  
2.11- Qual é a taxa que paga?  
\_\_\_ \$ (entrada/embalagem) \_\_\_ \$ (permanência/dia) \_\_\_ \$ (outros)  
obs. \_\_\_\_\_  
2.12- Quando vende, oferece a embalagem ao comprador? \_\_\_ sim \_\_\_ não  
2.13-É dado ou deixa para recuperar mais tarde? \_\_\_ sim \_\_\_ não  
2.14-Sabe quanto custa a embalagem? \_\_\_ sim \_\_\_ não  
2.15- Que tipo de embalagem usa?  
\_\_\_ caixa Preço \_\_\_ \$ capacidade \_\_\_ kg  
\_\_\_ balaio preço \_\_\_ \$ capacidade \_\_\_ kg  
\_\_\_ saco preço \_\_\_ \$ capacidade \_\_\_ kg  
2.16- Todas as embalagem de plástico, caniço e saco têm mesmo preço? sim \_\_\_ não \_\_\_  
2.17- Qual é a embalagem mais adequada?  
2.18- Quanto tempo durou a embalagem que teve mais tempo consigo?  
2.19- De que material foi feito? \_\_\_\_\_  
2.20-É nacional? \_\_\_ sim \_\_\_ não. Lembra-se do preço? \_\_\_ sim \_\_\_ não  
2.21- Se tiver que escolher uma ordem entre quatro produtos: tomate, repolho, batata, cebola; qual é que  
prefere vender e porquê? \_\_\_\_\_  
2.22- Qual é que encomenda com maior frequência e que zona o encontra com maior facilidade? \_\_\_\_\_  
2.23- Você abastece o mercado:  
\_\_\_ de acordo com o pedido dos seus clientes  
\_\_\_ conhece as necessidades do mercado e compra de acordo com elas  
\_\_\_ consegue vender a quantidade que trouxer.  
2.24- O que faz quando não consegue vender todo o produto?  
\_\_\_\_\_  
2.26- Você tem as vezes perdas? \_\_\_ sim \_\_\_ não. Em que ocasião e com que produtos?  
\_\_\_\_\_  
2.27- Você abastece: só este mercado \_\_\_ vários mercados \_\_\_  
2.28- Quantos clientes você fornece? \_\_\_ fixos \_\_\_ eventuais

## Inquérito aos intervenientes na comercialização ao nível da exploração (mercado primário)

Inquiridor: \_\_\_\_\_ Data \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ Local/mercado \_\_\_\_\_  
 Ilha: \_\_\_\_\_ Concelho : \_\_\_\_\_ Freguesia: \_\_\_\_\_ Zona \_\_\_\_\_

- 1- Que produtos normalmente vende?
- 2- Qual é o mais importante?
- 3- Qual o destino da produção: Praia \_\_\_ Assomada \_\_\_ Outros \_\_\_\_\_
- 4- Quem vende o produto ? O Produtor \_\_\_\_\_ Quanto \_\_\_\_\_ %  
 A Esposa/Outro Familiar \_\_\_\_\_ Quanto \_\_\_\_\_ % Porquê \_\_\_\_\_  
 O(s) Empregado(s) \_\_\_\_\_ Quanto \_\_\_\_\_ %
- 5- Recebe salário? Produtor: Sim \_\_\_ Não \_\_\_\_\_ Quanto \_\_\_\_\_ \$ / \_\_\_\_\_  
 Esposa Sim \_\_\_ Não \_\_\_\_\_ Quanto \_\_\_\_\_ \$ / \_\_\_\_\_  
 Empregado Sim \_\_\_ Não \_\_\_\_\_ Quanto \_\_\_\_\_ \$ / \_\_\_\_\_
- 6- Onde se efectua a venda? Na exploração \_\_\_ No Mercado \_\_\_ No Armazém \_\_\_ Outros \_\_\_
- 7- A quem vende o produto?  
 Produtor => Consumidor rural \_\_\_ Consumidor urb \_\_\_ Grossista rur \_\_\_ Grossista urb \_\_\_  
 retalhista rur \_\_\_ Colector \_\_\_  
 Esposa/outro familiar => Consumidor rural \_\_\_ Consumidor urbano \_\_\_ Grossista rural \_\_\_  
 retalhista rural \_\_\_ Colector \_\_\_  
 Empregado => Consumidor rural \_\_\_ Consumidor urbano \_\_\_ Grossista rural \_\_\_  
 retalhista rural \_\_\_ Colector \_\_\_
- 8- Quantos compradores? a) Muitos \_\_\_ b) Poucos \_\_\_ Quantos \_\_\_\_\_
- 9- Como determina o preço dos produtos? \_\_\_\_\_
- 10- Qual é a quantidade total que consegue produzir? \_\_\_\_\_ kg de tomate \_\_\_\_\_ kg cebola \_\_\_\_\_ kg batata  
 \_\_\_\_\_ kg repolho
- 11- Quanto costuma vender :tomate \_\_\_\$/kg repolho \_\_\_\$/kg cebola \_\_\_\$/kg batata \_\_\_\$/kg
- 12- Como oscila os preços? \_\_\_\_\_
- 13- Tem alguma informação sobre o Mercado? Sim \_\_\_ Que informações? Procura \_\_\_ Oferta \_\_\_  
 Preços \_\_\_ Não \_\_\_
- 14- Tem alguma ligação com o comprador? Sim \_\_\_ Parente/Compadre \_\_\_ Credor \_\_\_ Outro \_\_\_\_\_
- 15- A venda é feita :a) com dinheiro à vista \_\_\_\_\_ b) a crédito \_\_\_\_\_
- 16- Despesas de comercialização

Item	Quantidade	Preço Unit.
Mão-de-obra	homem/hora	\$/hora
limpeza e Triagem	_____	_____
Acondicionamento	_____	_____
Armazenamento	_____	_____
Carga/descarga	_____	_____
Venda :	_____	_____
Transporte	_____ \$/pessoa _____ \$/saco 50kg	_____ \$/grade 50kg de tomate
Taxa de mercado	_____ \$/ 1-6 volumes	

### Despesas de Comercialização

Designações		Batata comum	Cebola	Repolho	Tomate
Carga	embalag				
	preço				
Transporte	embalag				
	preço				
Descarga	embalag				
	preço				
Armazenamento	embalag				
	preço				
Perdas	erro pes				
	armaz				
	transp				

Obs. \_\_\_\_\_