

Inquérito aos preços de produtos agrícolas nos mercados de Maputo Cidade e Maputo Província

Sam Jones

14 de Junho, 2024

Agenda

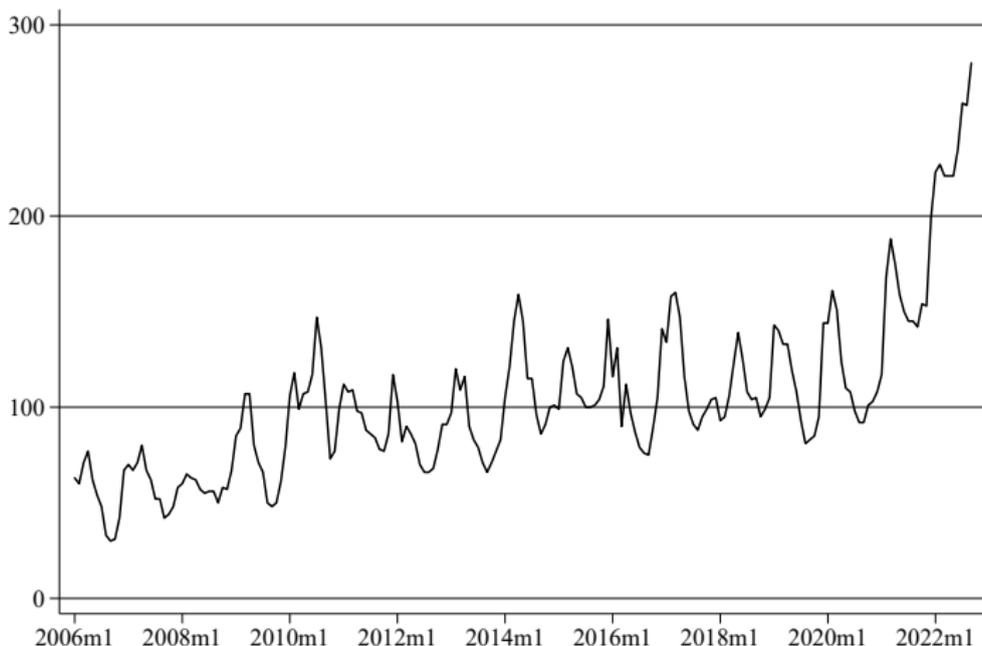
- 1 Motivação
- 2 Estrutura do projecto
- 3 Fase I: resultados (breve)
- 4 Fase II: objectivos e alcance

(1) Motivação

Motivação

- Preocupação com o custo de vida é recorrente, com principal enfoque nos bens da primeira necessidade
- Mas, informação actualizada sobre os preços dos alimentos não está amplamente disponível em Moçambique
- Há duas fontes principais (series temporais):
 - **IPC** (INE): abrange os centros urbanos, resume-se em índices agregados, dados mensais
 - **SIMA** (MADER): abrange um número limitado de mercados (23), dados mensais, cobertura esporádica

INE (índice de 1kg tomate, Maputo, 2016=100)



O que explica a tendência em 2021-22? Observou-se em todos os mercados?

SIMA (mediano obs. / produto; dados do PMA)

Mercado	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Alto Molócuè	5	0	0	0	0	0
Angónia	11	11	6	10	5	0
Beira	12	4	0	0	0	0
Chimoio	12	7	2	0	1	0
Chokwe	11	5	0	0	1	0
Cuamba	7	3	6	4	1	0
Gorongozza	11	6	0	0	0	0
Inhambane	11	12	10	11	6	0
Lichinga	12	12	12	9	7	2
Manica	11	11	8	9	2	0
Maputo	12	12	11	11	11	3
Massinga	12	12	11	11	7	3
Maxixe	8	8	10	11	9	0
Mocuba	12	11	11	11	11	2
Montepuez	12	12	12	11	11	3
Mutarara	12	10	10	11	8	0
Nampula	11	4	3	6	5	2
Nhamatanda	12	11	6	8	5	0
Pemba	12	12	6	0	0	0
Quelimane	10	9	4	5	1	0
Ribaue	11	3	0	0	0	0
Tete	8	10	6	0	0	0
Xai Xai	9	8	5	4	4	0

Assuntos abertos

- 1 Cobertura de informação consistente sobre preços:
 - Ao longo do país (rural, urbano)
 - Dentro de cidades (com diferentes fontes de abastecimento)
 - Para diferentes produtos chave
 - Em tempo mais-ou-menos real
- 2 Existem outros modelos de recolha de dados?
- 3 Como os preços estão determinados?

(2) Estrutura do projecto

Estrutura do projecto

1 Fase I (2022/23)

- Piloto de um modelo de "crowd-sourcing" dos preços
- Base de dados de fontes existentes (INE, SIMA, OMR)

2 Fase II (2023/24)

- Refinação e testagem do "crowd-sourcing" dos preços
- Inquerito aos preços

Actores

Parceiros:

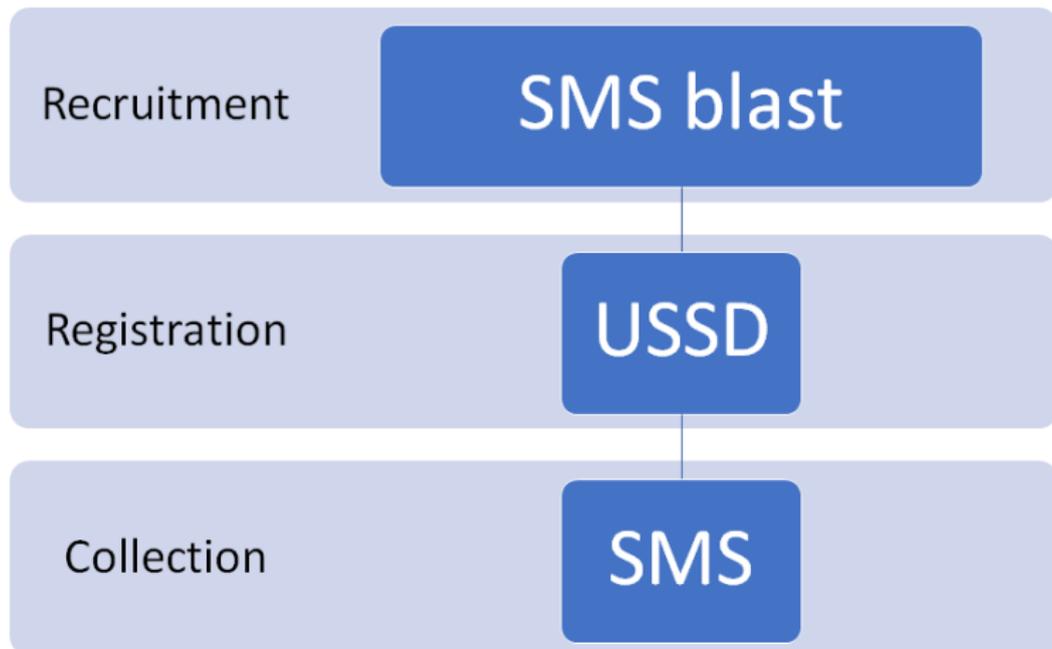
- UNU-WIDER (IGM)
- UEM/CEEG (IGM)
- SourceCode

Financiamento: Programa IGM, UN Joint SDG Fund.

(3) Resultados: Fase I

Resultados: Fase I

Modelo geral desenhado



Resultados: Fase I

Processo de recolha



Resultados: Fase I

	Convites (SMS)		Respostas		
	14-03-23	23-03-23	Registos	Agentes	Sucesso
Gurue	40	56	0	0	0.0%
Mocuba	40	86	5	2	1.6%
Quelimane	40	155	8	2	1.0%
Beira	40	2,078	42	21	1.0%
Dondo	40	93	7	1	0.8%
Outros	-	-	36	18	-
TOTAL	200	2,468	98	44	1.6%

Resultados: Fase I

- Baixas taxas de conversão de convites SMS impessoais
- Dificuldades de registo e uso (incompleto)
- Integração com operadoras de telefonia móvel via USSD: complexa, lenta, cara
- Facturação reversa de SMS bastante caro (>1 meticais por SMS = 15 Meticais por observação)
- MAS, o sistema funciona!

(4) Fase II

Fase II

Três aspectos fundamentais:

- 1 Novo desenho do modelo de crowd-sourcing
 - Enfoque nos vendedores de produtos relevantes
 - Recrutamento pessoal (credível)
 - Simplificação (e.g., sem faturação reversa)
- 2 Verificação externa de qualidade
- 3 Novo enfoque nas estruturas e nos dinâmicas dos mercados
 - Como são marcados os preços?
 - Será que mercados vizinhos estão integrados?

Fase II

Três inquéritos:

- 1 Aos vendedores dos mercados
- 2 Sobre preços nos mercados : cliente mistério
- 3 Sobre preços nos mercados : crowd-sourcing

Enfoque = Maputo Cidade e Província

Fase II, Inquérito I: Vendedores nos mercados

Objectivos:

- Investigar o perfil dos vendedores
- Identificar barreiras à arbitragem espacial e temporal de preços
- Medir o interesse em participar no crowd-sourcing
- Estabelecer contactos com os interessados

Fase II, Inquérito I: Vendedores nos mercados

Mercado	Produto principal			Género		Total
	Tomate	Alface	Farinha	Homen	Mulher	
Zona Verde	6	17	4	4	23	27
Zimpeto	47	11	22	21	59	80
Xiquelene	31	59	27	24	93	117
Xipamanine	12	9	4	3	22	25
Vulcano	18	11	10	6	33	39
T3	9	6	23	13	25	38
Santos	7	6	2	0	15	15
Mercado do Povo	9	1	13	5	18	23
Mercado Central	19	3	2	5	19	24
Mavalane	6	3	3	2	10	12
Matendene	11	6	5	4	18	22
Marracuene	10	13	3	2	24	26
Malhampsene	43	41	33	16	101	117
Malanga	16	8	13	12	25	37
Madruga	6	2	2	1	9	10
Machava Sede	13	12	14	7	32	39
Janet	17	2	7	7	19	26
Fajardo	42	15	19	18	58	76
Compone	27	24	16	13	54	67
Bobole	12	16	8	3	33	36
Boane	15	3	12	8	22	30
Benfica	16	5	1	1	21	22
Adelina	10	7	9	5	21	26
7 de Abril	6	6	9	7	14	21
25 de Setembro	5	5	6	3	13	16
All	413	291	267	190	781	971

Fase II, Inquérito I: Vendedores nos mercados

Valor min.	Não	Sim	Total (%)
0	0	234	24
10	0	44	29
20	0	36	32
30	0	36	36
40	0	70	43
50	0	230	67
60	0	10	68
80	0	15	70
100	0	79	78
110	0	11	79
∞	206	0	100

Fase II, Inquérito II: Cliente mistério

Objectivos:

- Monitorar o comportamento de preços nos mercados em tempo real (dias)
- Testar a diferença entre preços observados vs. comprados
- Medir diferenças na pesagem (e.g., montinhos, *bacelas*)

Alcance:

- 10 mercados
- 52 dias (18/12 – 29/02)
- 3,279 itens comprados
- 8,157 observações

Fase II, Inquérito III: Crowd-sourcing

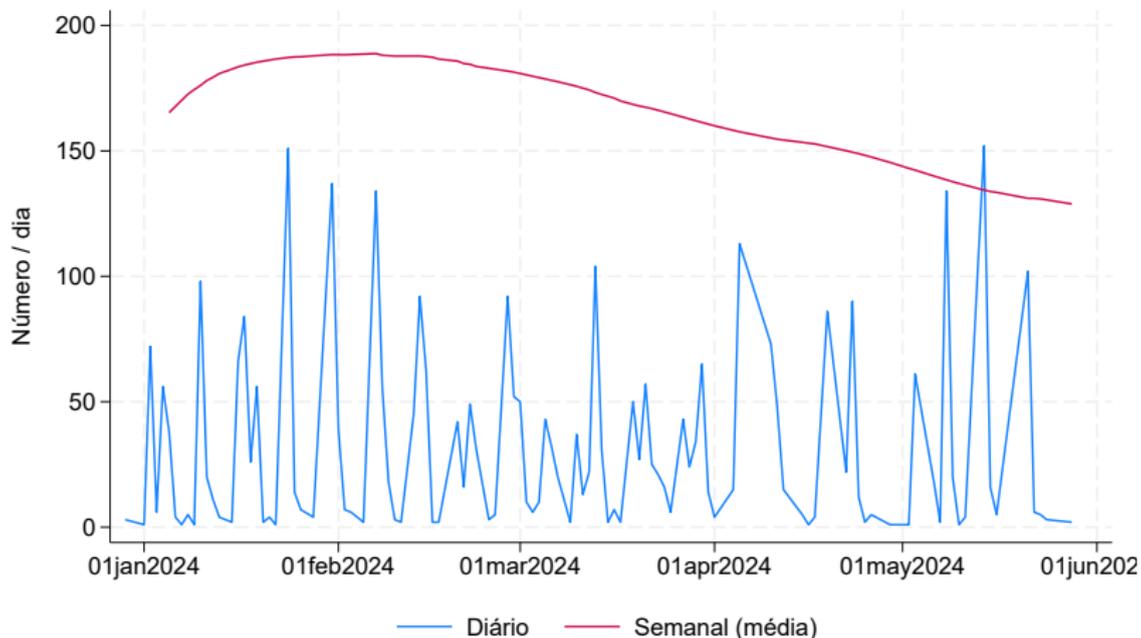
Objectivos:

- Testar o novo modelo (melhorado) de recolha de dados
- Comparar com outras fontes (e.g., inquérito II)

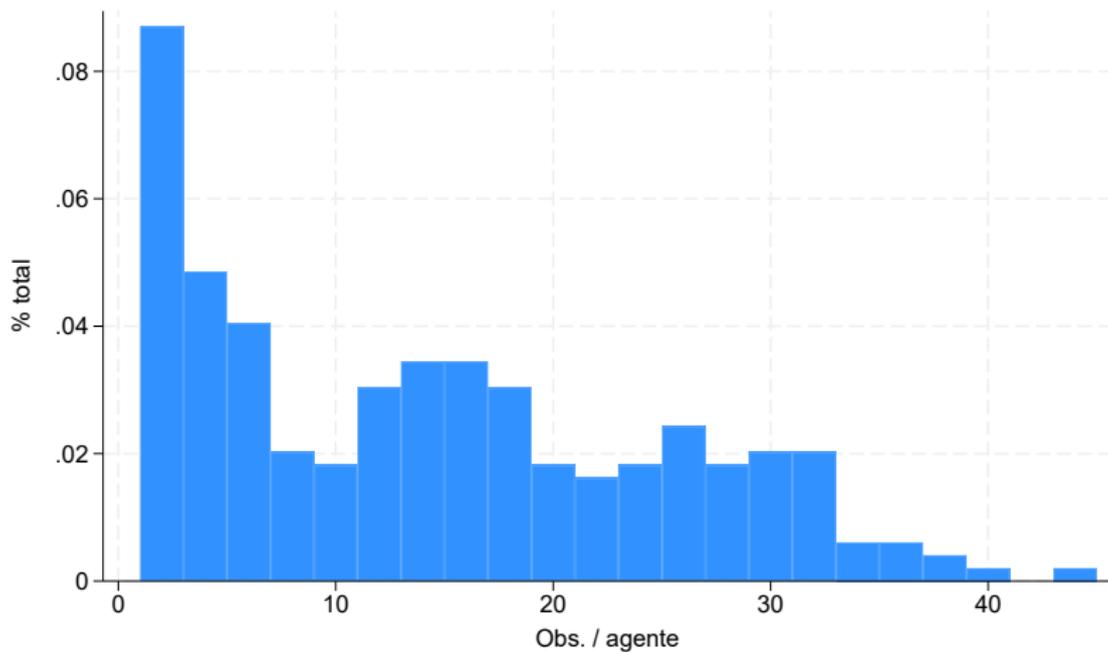
Alcance:

- 26 mercados
- 247 agentes
- 23 semanas (109 dias)
- 3,444 observações

Fase II, Inquérito III: Crowd-sourcing



Fase II, Inquérito III: Crowd-sourcing



Fase II, Base de dados integrado

Fonte	Produtos						Total
	Alface	Cebola	Couve	Feijao	Milho	Tomate	
SIMA	.	.	.	14	14	.	28
Vendor	368	.	.	.	267	441	1,076
Crowd	1,299	.	.	.	633	1,503	3,435
Mystery	1,706	1,618	1,696	1,501	.	1,636	8,157
Total	3,373	1,618	1,696	1,515	914	3,580	12,696

(5) Resumo

Resumo

- O comportamento dos preços é um assunto chave
- Um grande desafio é como medir estes preços – numa maneira consistente, credível e transparente
- Implementou-se três inquéritos bem como um novo modelo de recolha de dados
- **Análise inicial será apresentada hoje**
- Passos futuros:
 - Análise mais aprofundada, inclusive custo-benefício
 - Continuação da recolha crowd-sourcing
 - Expansão para novos mercados (se houver fundos)