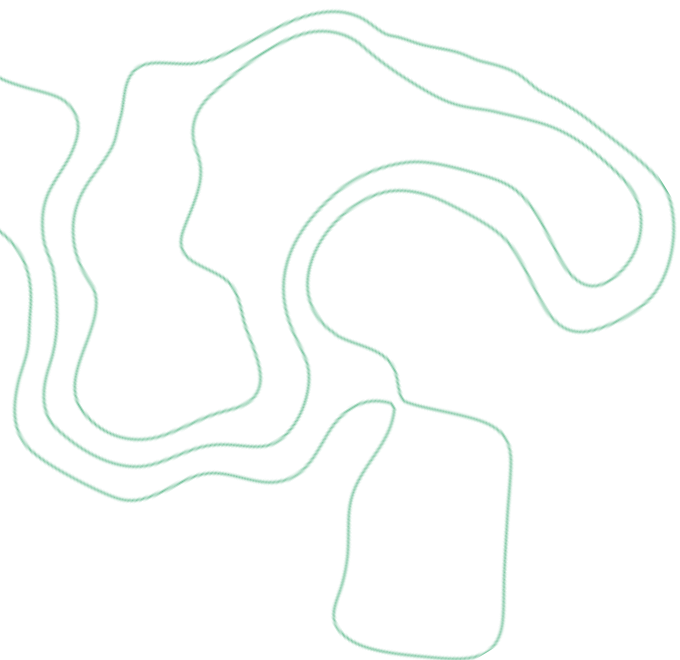




Projeto ACAMUZ II
Moçambique

Junho de 2026

BALANÇO DA VENDA CONJUNTA (2025-2026)



© Nitidæ 2026



Desde 2019, o projeto ACAMAZ I, implementado pela Nitidae e financiado pela AFD em parceria com o Instituto de Amêndoas de Moçambique, IP (IAM,IP) do Ministério da Agricultura, Ambiente e Pescas (MAAP), então Ministério da Agricultura e Desenvolvimento Rural (MADER), incluiu uma primeira componente de promoção da transparência das informações de mercado, fortalecendo a organização institucional da cadeia de valor do caju para promover o processamento nacional e melhorar a inserção no mercado internacional.

Na segunda componente foram desenvolvidas actividades para implementar uma cadeia de valor do caju económica, ambiental e socialmente sustentável em torno do Parque Nacional do Gilé (PNAG), na Província da Zambézia, através da estruturação e organização de produtores, promoção de sistemas de produção agroflorestais de caju em associação com culturas alimentares e assistência técnica no manejo de pomares de caju.

A metodologia da venda conjunta também foi difundida por parceiros (SDAE, IAM) no resto da província com 16 Ops que venderão 57 toneladas em conjunto. **Esse relatório apresenta os resultados das actividades da campanha 2025-2026 das organizações de produtores (OPs) directamente apoiadas pela Nitidae em parceria com o PNAG.**

1_ Balanço da Venda conjunta (2025-2026)

De forma geral, a campanha de venda conjunta 2025–2026 registou um desempenho positivo, evidenciando um crescimento significativo tanto em termos de volume comercializado como de participação dos produtores.



Figura 1 Localização das localidades cujos produtores são supervisionados pelo projecto ACAMAZ 2



1.1. Volumes gerais da campanha e evolução

Desde 2019, a Nitidae tem vindo a implementar a abordagem de **venda conjunta de castanha de caju**, com o objectivo de melhorar o poder de negociação dos agregados familiares (AF), aumentar os seus rendimentos e estruturar melhor o mercado local.

Ao longo deste período, observou-se uma evolução global positiva, refletida no aumento do **volume de vendas**, do **número de agregados familiares envolvidos**, e do **número de organizações de produtores**.

As figuras 2 e 3 apresentadas ilustram esta evolução ao longo dos anos. O volume total de castanha de caju bruta vendida atingiu 893.3 toneladas, em 94 OPs com 3,039 agregados familiares o que representa um aumento de aproximadamente 79% em comparação com a campanha anterior, que registou cerca de 500 toneladas. Este crescimento demonstra não apenas uma maior capacidade de organização dos produtores, mas também uma melhoria na dinâmica de comercialização ao nível local.

De forma geral, verifica-se uma tendência de crescimento consistente da produção de forma geral e da produção média por AF, com exceção do ano **2023**, onde se registou uma ligeira diminuição. Apesar desta exceção pontual, a tendência global mantém-se positiva, evidenciando o sucesso da abordagem de venda conjunta. Olhando o número médio de AF por OP, verifica-se uma redução com a incorporação de novas OPs no âmbito do ACAMAZ II, resultado duma expansão da zona de actividades do projecto além dos pontos com maior concentração de produtores de castanha de caju.

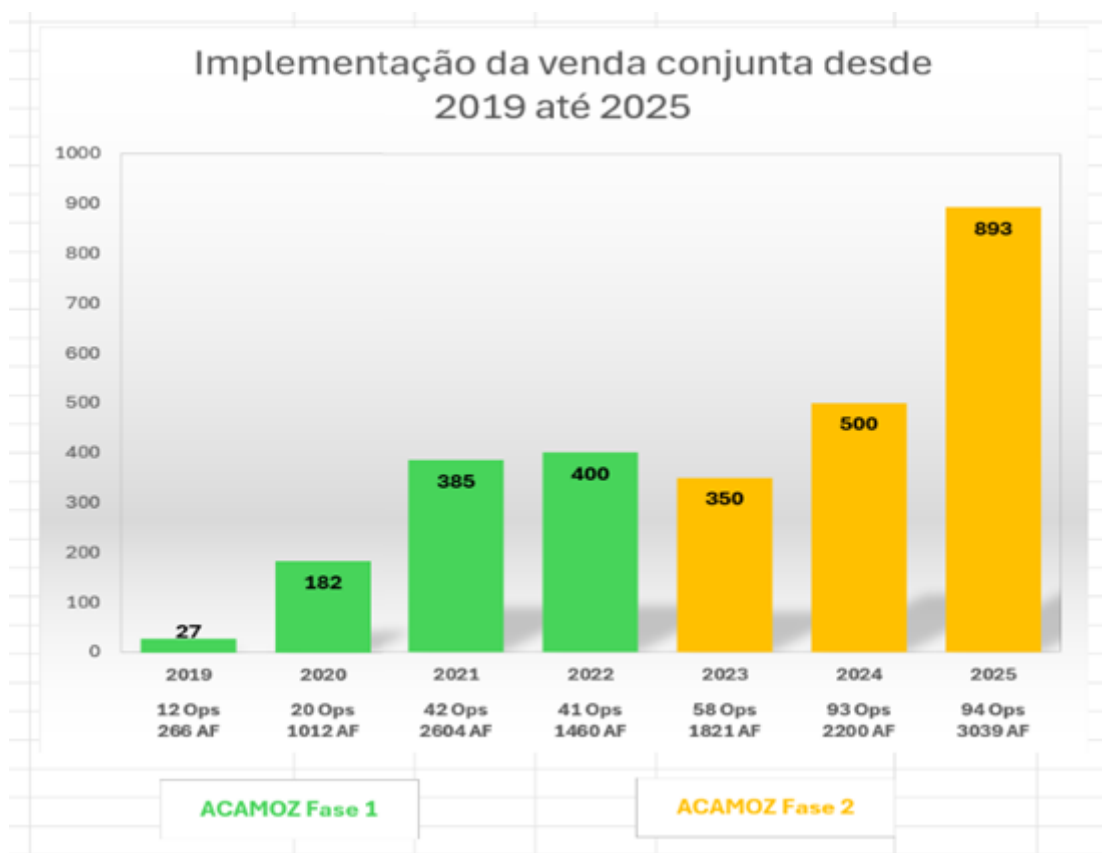


Figura 2 : Histórico da venda conjunta

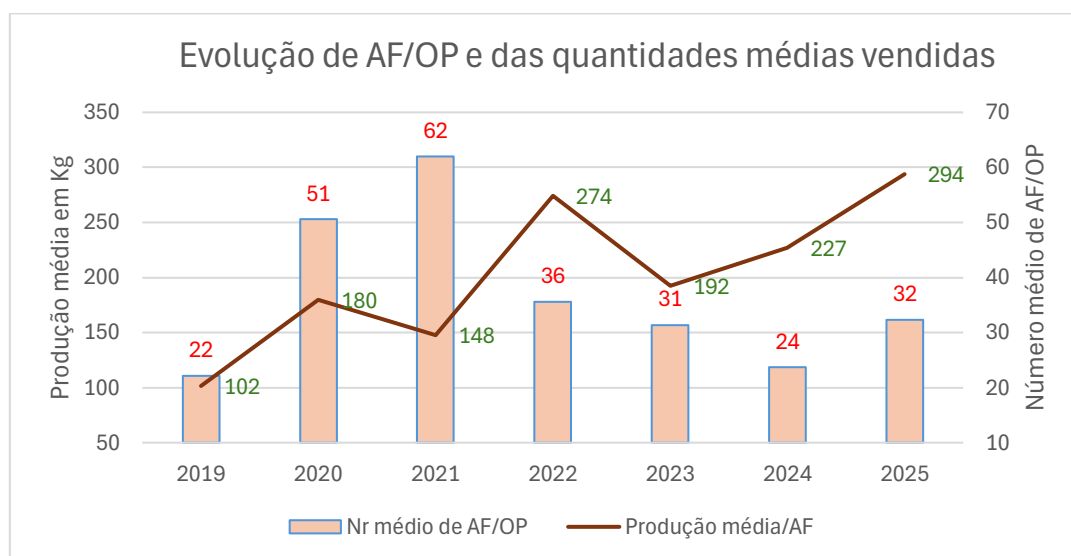


Figura 3 : Histórico da venda conjunta bis

O distrito de **Pebane** destacou-se por apresentar a maior concentração de OPs e, consequentemente, uma maior contribuição para o volume total de vendas.



Figura 4 : Gráfico da quantidade vendida em cada distrito

Paralelamente, verificou-se um aumento considerável no número de AF envolvidos. **Mais de 1400 novos AF aderiram aos grupos de produtores existentes, reforçando assim a base produtiva e ampliando o impacto socioeconómico da iniciativa nas comunidades.**

As equipas de campo desempenharam um papel fundamental neste processo, assegurando o acompanhamento técnico e organizacional das associações de produtores. Este acompanhamento foi realizado principalmente nas zonas periféricas do Parque Nacional do Gilé, com foco nos distritos de Gilé e Pebane, contribuindo para a consolidação e fortalecimento das estruturas locais. Embora o número total de Organizações de Produtores (OPs) se tenha mantido estável em relação à campanha anterior, a dinâmica interna destas organizações apresentou mudanças importantes.



Por um lado, registou-se a entrada de 17 novas OPs, que participaram pela primeira vez na venda conjunta ou passaram a beneficiar do acompanhamento directo das nossas equipas. Estas novas organizações representam uma expansão da área de intervenção e um aumento da inclusão de produtores no sistema.

Por outro lado, um número equivalente de OPs deixou de participar nesta campanha, em grande parte organizações que eram anteriormente assistidas pelos técnicos do parque. Este movimento de entrada e saída explica a manutenção do número total de OPs, mas revela também a necessidade de continuidade no acompanhamento técnico e institucional.

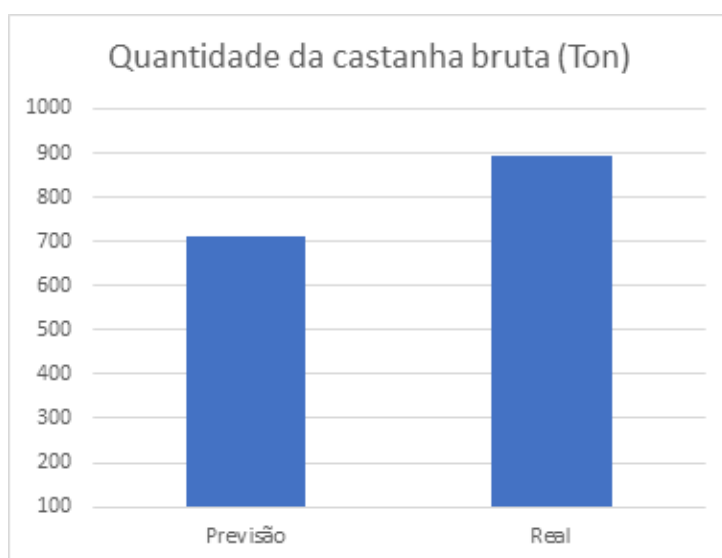


Figura 5 : Quantidade vendida vs. inicialmente prevista

Em geral nos dois distritos (Gilé e Pebane), as OPs previam-se na primeira assembleia geral em vender 712.945 Ton (figura 5), representando 80% do que realmente foi vendido, com a participação de 1994 agregados familiares (66%). Esses números mostram que uma parte importante da diferença entre a estimativa e o real vem da produção de agregados familiares que não estão contados nas estimativas iniciais, e também de estimativas conservadoras demais da produção dos membros.

A campanha abrangeu um total de **11 principais localidades**, nas quais se concentram as actividades de produção e comercialização. Entre as localidades analisadas, **Mulela** evidenciou-se como a que registou o maior volume de comercialização durante esta campanha, demonstrando um forte dinamismo produtivo. Para mais detalhes sobre essas estimativas em cada localidade, ver figura 6 e o anexo.

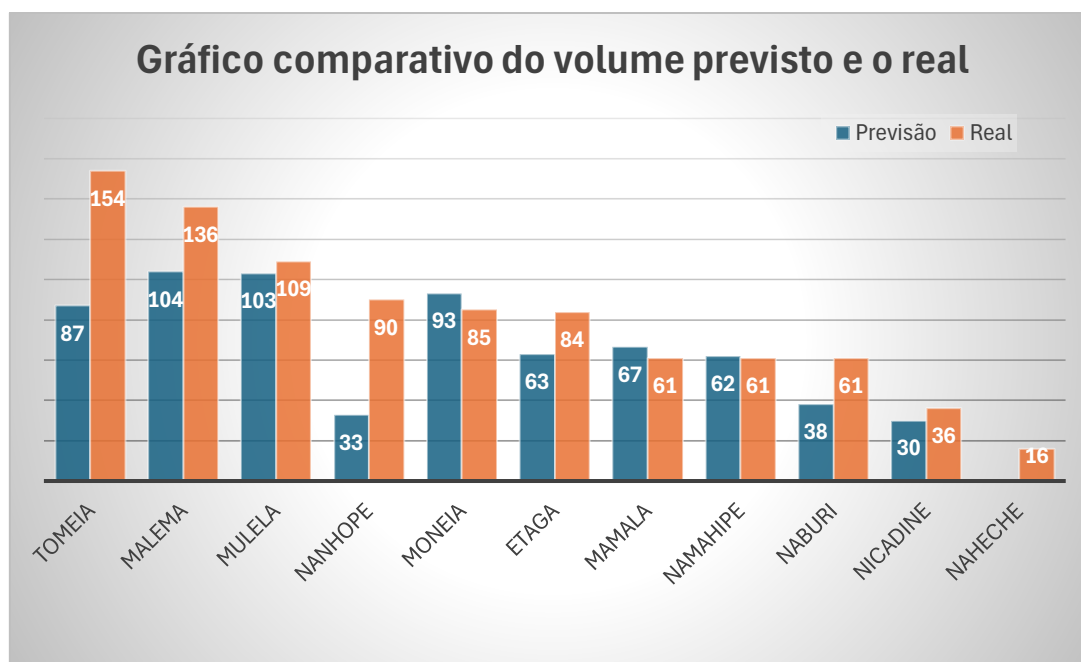
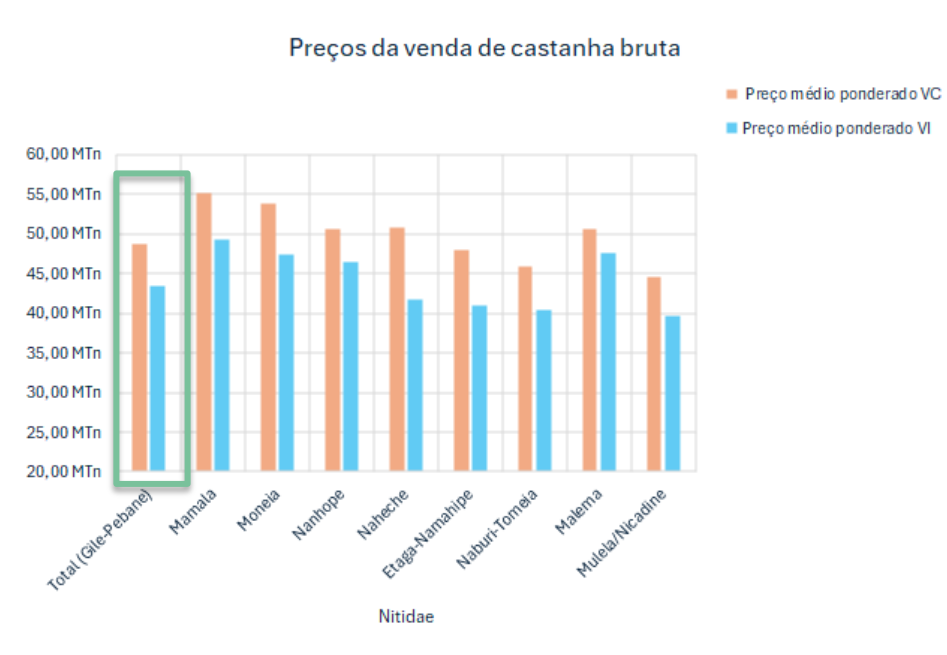


Figura 6 : Quantidade vendida vs inicialmente prevista em cada localidade

Preços das vendas da campanha

O preço médio obtido nas VC fixou-se em 49 MZN, situando-se 2 MZN acima da média da província segundo o IAM, IP (Figura 7).

Na zona de intervenção, constata-se que o valor médio por quilo da castanha bruta comercializada em conjunto supera em 6 MZN a média das vendas individuais (43 MZN). Esta diferença reflete o forte poder de negociação das VC através dum melhor conhecimento do mercado e duma oferta mais concentrada da comercialização, resultando num ganho adicional superior a 5 milhões de MZN sobre as 893,3 toneladas vendidas.



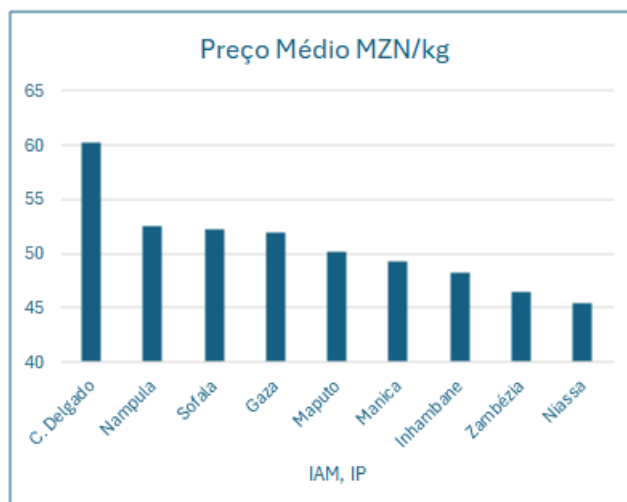


Figura 7: Preços praticados na venda de castanha bruta (VC - venda conjunta; VI - venda individual) (fonte Nitidae) e preço medio por provincia (fonte IAM, IP)

1.2. Dinâmicas de venda entre as OPs e na evolução no tempo

Nesta secção, pretende-se aprofundar a análise das dinâmicas das OPs, com foco na sua capacidade de comercialização e evolução ao longo do tempo. Esta análise permite identificar diferentes perfis de organizações, desde aquelas com menor capacidade de produção até às que apresentam volumes mais elevados e consistentes.

A figura 8 mostra que cerca dum terço das OPs vendem menos de 5 toneladas de castanha bruta, outro terço entre 5 e 10 toneladas, e menos de 8% delas conseguem vender mais de 20 toneladas.

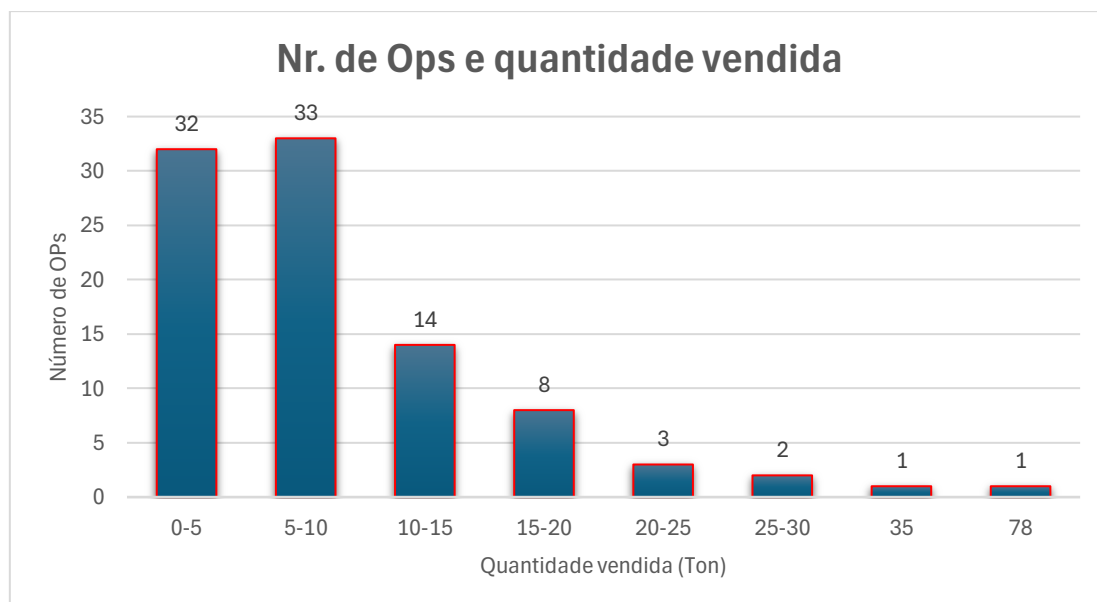


Figura 8: Gráfico das maiores concentrações de vendas nas OPs

Olhando a evolução média das OPs no tempo na figura 9 (ano 1 – primeiro ano que uma OP realizou venda conjunta de castanha de Caju), podemos ver um **aumento significativo no ano 2** das



vendas da OP (21%), que interpretamos como um aumento do nível da confiança no grupo e a atractividade de ver melhores preços de venda. Esse efeito parece se estabilizar logo nos anos 3 e 4 (menos de 5% de diferença). Nossos dados mostram logo um aumento de 10% em ano 5 e 40% em ano 6. Esses números sugerem uma nova etapa após 4 anos, mas são difíceis de interpretar porque consideram só as primeiras OPs que os projectos ACAMAZ apoiaram e que fizeram vendas conjuntas todos os anos (17 OPs que foram 5 vendas, e 13 que fizeram 6).

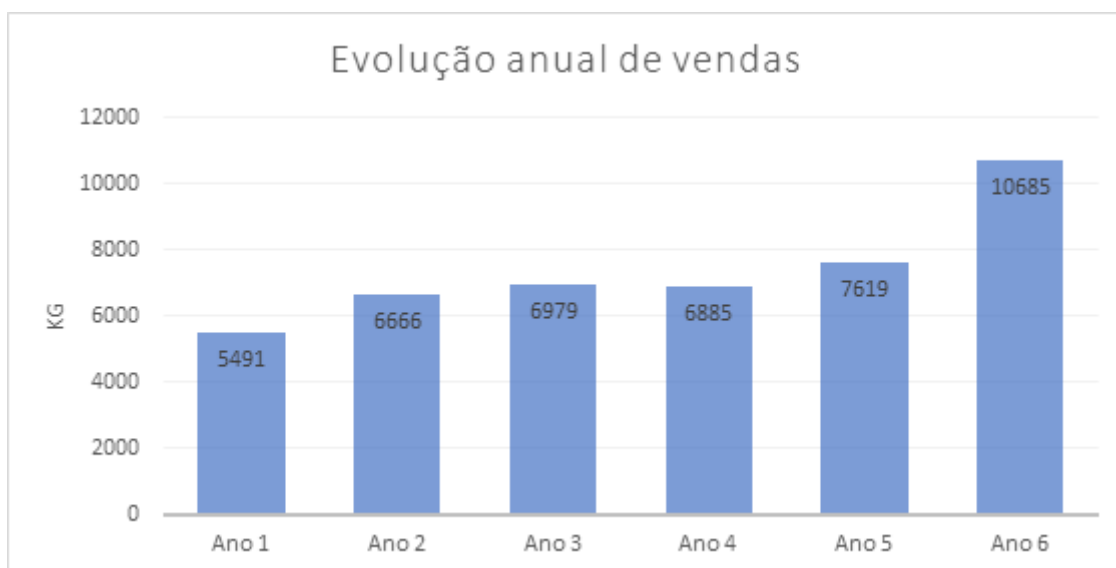


Figura 9: Evolução no tempo das OPs

1.3. Conclusão

Os resultados positivos da campanha 2025-2026 evidenciam a eficácia e a sustentabilidade da metodologia de venda conjunta. **Ao comercializarem a produção de forma colectiva, os agregados familiares obtêm preços mais competitivos, o que fortalece a confiança na estrutura e atrai volumes de produção cada vez maiores.** Prova disso é que a actual campanha contou com a participação de mais de 3.000 produtores. O principal desafio para o projecto ACAMAZ II e para as famílias reside, agora, em testar a autonomia das Organizações de Produtores (OPs) mais antigas. A continuidade da adopção do modelo sem o suporte técnico da Nitidae será fundamental para demonstrar a sustentabilidade dessa abordagem a longo prazo.

Este ano marcou também a estruturação de **2 novas cooperativas, somando um total de 3 cooperativas activas** que foram criadas a partir de grupos de venda conjunta, mostrando o potencial da metodologia para atingir um maior cooperativismo.

A venda conjunta apresenta um modelo relevante para estruturar produtores e constituir uma rede agregada e dinâmica no terreno para atingir os objectivos do Programa de Desenvolvimento do Caju em Moçambique, desde o fomento até à comercialização.



Anexo: Número de agregados familiares e quantidades vendidas em cada localidade

Distrito	Localidade	Número de OP	Nr. de agregados familiares	Quantidade Venda(ton)
Gilé	Mamala	11	289	61.003
Gilé	Moneia	10	291	85.446
Gilé	Naheche	3	91	16.107
Gilé	Nanhope	12	535	89.948
Subtotal	Gilé	36	1206	252.504
Pebane	Etaga	7	312	84.308
Pebane	Malema	13	308	135.55
Pebane	Mulela	12	391	109.256
Pebane	Naburi	7	140	61.397
Pebane	Namahipe	6	166	61.15
Pebane	Nicadine	8	262	35.553
Pebane	Tomeia	5	254	153.582
Subtotal	Pebane	58	1833	640.796
Total Geral		94	3039	893.3

Tabela 1: Quantidade por cada localidade