



UNIVERSIDADE
EDUARDO
MONDLANE

ESCOLA SUPERIOR DE DESENVOLVIMENTO RURAL

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA RURAL

**Análise da Cadeia de Comercialização do Pescadono Subsector da Pesca
Artesanal: caso do Município de Vilankulo no período (2014-2015)**

Licenciatura em Comunicação e Extensão Rural

Autora:

Lidasse Paulo Machine

Vilankulo

Junhode 2016

Lidasse Paulo Machine

**Análise da Cadeia de Comercialização do Pescado no Subsector da Pesca
Artesanal: caso do Município de Vilankulo no período (2014-2015)**

Trabalho de culminação do curso apresentado
no Departamento de Sociologia Rural da
Universidade Eduardo Mondlane – Escola
Superior de Desenvolvimento Rural para a
obtenção do grau de Licenciatura em
Comunicação e Extensão Rural

Supervisor:

dr. Constantino Machava

Vilankulo Junhode 2016

DECLARAÇÃO DE HONRA

Declaro que este trabalho de culminação do curso é fruto da minha investigação e da orientação do meu supervisor, o seu conteúdo é original estando indicadas ao longo do trabalho e na bibliografia as fontes de informação utilizadas e o mesmo nunca foi apresentado em nenhuma instituição para obtenção de qualquer grau acadêmico.

Vilankulo, Junho de 2016

(Lidasse Paulo Machine)

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a família Machine, verdadeira companheira, pela motivação, compreensão e paciência em todos momentos. E dedico especialmente a memória da minha irmã Amélia Nuvunga.

.

.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, Á DEUS, por me proporcionar força e motivação para dar continuidade ao meu crescimento profissional e como pessoa.

Aos meus pais Paulo Machine, Laurinda António Machele, José Machine, Verónica Dzimba e á família Machine e Machele, pelo apoio incondicional em todos momentos.

Ao dr. Constantino Machava, pela orientação, incentivo e dedicação ímpar para o desenvolvimento deste trabalho.

A todos aqueles que dedicam suas vidas ao ensino, pois é deles o mérito de moldar as vocações e incentivar o raciocínio, transformando os nossos sonhos em realizações

Os meus reconhecimentos a todos docentes, que de forma directa ou indirecta ensinaram-me e contribuíram para a conclusão do curso.

Aos serviços Distritais de Actividades económicas e ao Fundo de Fomento Pesqueiro de Vilankulo, aos Conselhos Comunitários de Pescas de 19 de Outubro e Mabandene, pela colaboração para a recolha dos dados. Vai o meu muito obrigado.

A Escola Prática de Exército da Manhica, “o meu berço”, pelo acompanhamento e orientação em todas as fases da minha vida profissional.

Aos meus irmãos Felizarda, Inocência, Mateus, António, Victor e Francisco, Sandra e primos por todo apoio em todos os momentos da minha vida, pelo carinho e paciência.

Igualmente agradeço aos meus tios, meus avôs, meus amigos, em referência (Adriano Cambula, Luísa Tamele, Abílio Zita, Francisco Muchanga, Elton Mauro, Chelton Quilambo, Anatórcio Novela, Vânia Dimande e Acácio Manhique) pela força diária, pelo carinho e paciência que sempre tiveram comigo.

E, deixo aqui a minha mais profunda gratidão a todos colegas do curso de Licenciatura em Comunicação e Extensão Rural, em especial os colegas do G-8 que de forma directa ou indirecta me apoiaram durante a formação.

A todos, *khanimabo!*

LISTA DE ABREVIATURAS

Kg- Quilograma

Mts- Meticais

LISTA DE SIGLAS

CCPs-Conselhos Comunitários de Pescas

CV-Coeficiente de Variação

IDPPE- Instituto de Desenvolvimento da Pesca de Pequena Escala

MAE- Ministério de Administração Estatal

PARP- Plano de Acção Para Redução da Pobreza

CT- Custo Total

RT-Receita Total

Pr-Preço do retalhista

SDAE- Serviços Distritais de Actividades Económicas.

SÍMBOLO

% -Percentagem

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Lista de tabelas	página
Tabela nº 1: Tipos de canais de comercialização.....	12
Tabela 2: Perfil dos entrevistados.....	22
Tabela nº 3: Determinação das variáveis económica no ano 2014.....	32
Tabela nº 4: Determinação das variáveis económica no ano 2015.....	33
Tabela nº 5: composição dos custos.....	34
Tabela 6: Determinação do Rácio Benefício/Custo.....	37
Tabela 7: Descrição dos bens duráveis adquiridos no período em análise.....	41
Tabela 8: Principais pontos da análise FOFA.....	43
Lista de gráficos	página
Gráfico 1: Crescimento das receitas de pescadores e retalhistas.....	35
Gráfico 2: Distribuição percentual das receitas nos principais mercados.....	36
Gráfico 3: Lucros totais dos pescadores e retalhistas.....	38
Gráfico 4: Distribuição dos lucros pelos mercados.....	39
Gráfico 5: Margens de comercialização.....	40
Lista de Esquemas	página
Esquema nº 1: Tipos de Canais de Comercialização.....	10
Esquema nº 2: Tipos de Canais de Comercialização.....	11
Esquema nº 3: Canal de comercialização de um nível.....	27
Esquema nº 4: Canal de comercialização nível zero.....	28

Esquema nº5: Canal de comercialização de dois níveis.....29

LISTA DE APÊNDICES

Lista de Apêndices **página**

Apêndice nº 1: Questionário.....I

Apêndice nº2: Tabela.....IV

Apêndice nº3: Cálculos referentes a variáveis económicasIV

GLOSSÁRIO

Pescado - compreende os peixes, crustáceos, moluscos, anfíbios mamíferos de água doce ou salgada, usados na alimentação humana.

Proteína- São macro moléculas muito importantes nos alimentos, tem valor nutricional como fonte de aminoácidos.

Substâncias extractivas - são compostas nitrogenados: bases purínicas, ácido úrico, creatinina. Não nitrogenados: ácido láctico e minerais.

Retalhista- adjectivo que se utiliza para designar vendedor de produtos ou a comercialização de serviços em pequenas quantidades.

RESUMO

O presente estudo tem como tema análise da cadeia de comercialização do pescado oriundo do subsector da pesca artesanal no município de Vilankulo no período entre 2014 e 2015. Tendo em conta a complexidade da população em estudo usou-se dois tipos de amostragem: probabilística simples (pescadores) e a intencional (retalhistas), foram inqueridos 72 intervenientes da cadeia de comercialização distribuídos pelos mercados Mucoque, Varimba, Tauros, Dece, Samara, P. Bento, Municipal e central, dos quais 92,8% retalhistas e o remanescentepescadores. A colecta de dados realizou-se em duas fases, a primeira consistiu na pesquisa bibliográfica e a segunda o trabalho de campo. Durante o trabalho de campo para a recolha dos dados aplicou-se a entrevista e a observação simples. Para a análise de dados foram usados os indicadores, sexo, idade, Preço do pescado, Margem de comercialização, custos, receita, lucratividade e rentabilidade. Dos 72 inqueridos 85,6% são mulheres e 14,4% homens. A comercialização é feita através de três canais: canal de nível zero, canal de um nível e o canal de dois níveis, sendo o mais usado canal de um nível. Durante o período em análise a nível do Município comercializou-se em média 397.507,5kg de peixe, ao preço médio de 108,2 Mts/kg, em termos de volume de vendas, o mercado Municipal registou maior volume com 156.897,0kg, o ponto de vendas frente ao supermercado Taurus, foi o que registou menor volume de vendas tendo-se comercializado em média 19.041,8kg. A receita total média foi de 2.667.161,3Mts para os pescadores e 51.663.251Mts para os retalhistas. O benefício/custo reduziu de um ano para o outro na ordem de 0,29, entretanto o mesmo continuou a superar os custos de comercialização, os ganhos obtidos na comercialização do pescado, contribuíram para a compra de bens duráveis e de consumo. A comercialização do pescado, tem como fortaleza a existência do mercado local capaz de absorver todo o pescado proveniente da pesca artesanal, a redução do poder de compra e consumo no período defeso, constitui principal ameaça. As variáveis económicas mostraram que a comercialização do pescado é rentável no município de Vilankulo apresentando uma rentabilidade média para os dois anos de 106,3%.

Palavras-chave: Cadeia, Comercialização, pescado.

Conteúdo	pág.
DECLARAÇÃO DE HONRA	i
DEDICATÓRIA	ii
AGRADECIMENTOS.....	iii
LISTA DE ILUSTRAÇÕES	v
RESUMO	viii
CAPÍTULO I. INTRODUÇÃO	1
1.1.Contextualização.....	1
1.2.Problema de estudo	2
1.3.Justificativa.....	2
1.4.Objectivos.....	3
CAPÍTULO II. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	4
2.1.Pesca.....	4
2.2.Pesca artesanal	4
2.3.Métodos usados para a conservação do pescado	7
2.4.Mercados de comercialização.....	8
2.5.Indicadores de rentabilidade.....	13
CAPÍTULO III. METODOLOGIA.....	19
3.1. Descrição da Área de Estudo.....	19
3.2. Amostra	20
3.3. Técnicas de Recolha de Dados	21
3.4. Variáveis Estudadas	23
3.5. Métodos de análise e interpretação de dados.....	23

CAPÍTULO IV. RESULTADOS E DISCUSSÃO	23
4.1. Descrição da Cadeia de comercialização de Pescado no município de Vilankulo..	25
4.2. Determinação das variáveis económicas.....	31
4.3. Análise FOFA.....	42
V. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	43
5.1. Conclusões.....	43
5.2. Recomendações	44
CAPÍTULO VI. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45

CAPÍTULO I. INTRODUÇÃO

1.1.Contextualização

Em Moçambique, o sector das pescas contribui de forma significativa, directa e indirectamente para a redução da pobreza e desenvolvimento socioeconómico em geral. Situada em 2%, a contribuição directa do sector para o PIB pode ser moderada, mas tem um peso considerável no acesso à proteína animal (ou seja, 50% da proteína animal consumida no país) para uma proporção significativa da população do país, nas áreas rurais e urbanas, nas receitas públicas, no emprego e na igualdade de género. Cerca de 850 mil famílias, ou cerca de 20% da população, dependem da pesca para parte de sua renda e uma maior proporção depende da pesca para a subsistência e segurança alimentar (SOUTO, 2014).

Comparando com outras fontes de proteína animal, o pescado é um dos alimentos mais precívalis, (OETTERER, 2011). Daí que, no processo que compreende a trajectória dos produtos desde a sua origem até os consumidores finais ocorrem diversificadas acções no sistema de comercialização e os seus agentes de forma agregada e geral. Portanto, um produto para que seja convenientemente aproveitado, necessita de uma estrutura adequada de comercialização, de forma a facilitar o escoamento da produção, até chegar aos consumidores finais e assim, satisfazer as suas necessidades (CRUZ, 2006). Importa referir que a margem de comercialização é afectada, em primeiro lugar, pelas características do mercado em que o produto é transaccionado, há que considerar a estrutura - grau de concorrência, fundamentalmente desse mercado, esperando-se margens maiores à medida que a formas oligopolizadas ou monopolizadas predominem no mercado. Características do produto em si também são importantes (BARROS, 2007).

No Município de Vilankulo, a expansão das actividades rurais não-agrícolas como o caso da comercialização do pescado é uma componente importante da actual fase de desenvolvimento da economia rural; ela tem criado novas oportunidades de trabalho para a população local e alternativas de se obter ganhos superiores aos das actividades agrícolas, constituindo parcela crescente da renda rural; esse fenómeno, embora mais pesquisado em países desenvolvidos, também pode ser facilmente observado em países em desenvolvimento (SOUTO, 2014).

Com a presente pesquisa pretende-se mostrar a composição da cadeia de comercialização do pescado no subsector da pesca artesanal no Município de Vilankulo, bem como, a sua influência na vida dos que intervêm nesta cadeia

1.2.Problema de estudo

A produção agrícola e pesqueira, em particular a familiar, é crucial para a segurança alimentar e nutricional e o bem-estar da população. Os sectores agrários e pesqueiro têm um grande potencial produtivo(PARP, 2011).

O Distrito de Vilankulo é um dos principais centros pesqueiros da província de Inhambane, a pesca é praticada principalmente pelo sector familiar (homens, mulheres e crianças), utilizando vários tipos de artes de pesca nomeadamente: arrasto, a linha, mergulho, gamboa, emalhe, gaiola, cerco, etc. O pescado é geralmente comercializado fresco ou seco (MAE, 2005). Apesar da prática da pesca e comercialização do pescado pescadores e retalhistas, ainda vivem na situação de pobreza, onde a maior parte destes vive em casas construídas com material precário. Perante esta situação coloca-se a seguinte questão:

De que forma a comercialização do pescado contribui para o bem-estar socioeconómico dos pescadores e retalhistas no subsector da pesca artesanal no Município de Vilankulo?

1.3.Justificativa

Em todo mundo, o consumo de peixes têm adquirido grande importância como fonte alternativa de proteína animal e também de ácidos graxos essenciais, os quais proporcionam vários efeitos benéficos sobre importantes factores fisiológicos, representando um valioso complemento em dietas pobres em tais nutrientes (ELEVELOL, *et al.*,2006).

A escolha do tema deve-se a capital importância que o pescado tem a nível do país particularmente no município de Vilankulo, também, pelo facto deste, localizar-se na faixa costeira, onde a população além da prática da agricultura, pratica a pesca e comercializa o pescado.

Com a presente pesquisa espera-se conhecer as características da cadeia de comercialização do pescado no município de Vilankulo, os intervenientes que participam nesta cadeia, suas fragilidades e aspectos a melhorar com vista a melhorar a situação dos pescadores e retalhistas, bem como, determinar os custos envolvidos na comercialização de modo a avaliar a sua rentabilidade o que permitirá a escolha do melhor canal de comercialização de acordo com as capacidades dos intervenientes.

1.4.Objectivos

1.4.1.Objectivo geral

- Analisar a cadeia de comercialização do pescado no subsector da pesca artesanal no Município de Vilankulo

1.4.2.Objectivos específicos

- Descrever a cadeia de comercialização do pescado no município de Vilankulo;
- Determinar os custos totais de comercialização, rentabilidade e margens de comercialização do pescado no município de Vilankulo;
- Identificar os pontos fracos, fortes, ameaças e oportunidades na comercialização do pescado no município de Vilankulo.

CAPÍTULO II. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1. Pesca

A pesca é uma actividade que consiste na extracção de organismos aquáticos, do meio onde se desenvolveram para diversos fins, tais como: a alimentação, a recreação (pesca recreativa ou desportiva), a ornamentação (captura de espécies ornamentais) ou para fins industriais incluindo o fabrico de rações para o alimento dos animais em criação e a produção de substâncias com interesse para a saúde o “famoso” óleo de fígado de peixe (especialmente o óleo de fígado de bacalhau) (Afonso, 2006).

2.1.1. Pescado

O pescado é qualquer peixe (ou outro animal aquático) que se pesca para fins alimentares ou industriais; o peixe é um dos alimentos mais perecíveis e, por isso necessita de cuidados adequados desde que é capturado fresco até chegar ao consumidor ou a indústria transformadora (ARGENTA, 2012).

2.2. Pesca artesanal

A pesca artesanal caracteriza-se pelo uso de pequenas embarcações, com menor esforço unitário de pesca. O regime do trabalho é familiar ou através de grupos de vizinhança ou parentesco, ou seja, nem sempre a unidade familiar corresponde ao grupo de pescadores que efectuem o trabalho de captura do pescado (SHATZ, 2002).

2.2.1. Pesca artesanal em Moçambique

Em Moçambique no subsector artesanal as operações de pesca estão em grande medida confinadas a zonas próximas da costa, a partir de pequenas embarcações de até 10m de comprimento, movidas a remo, vela ou motores fora de bordo. As capturas artesanais são importantes para a segurança alimentar a nível local e distrital, sendo maioritariamente comercializadas nos mercados locais. (DIPLOMA MINISTERIAL, 2014)

De acordo com LOPES & GERVÁSIO (1999) citado por NGALE (2012), a pesca artesanal em Moçambique é praticada por diferentes segmentos da população nas zonas costeiras usando embarcações, em certos casos, com algum grau de

especialização e artes de pesca convencionais. Esta actividade tem um papel importante nas comunidades pesqueiras porque providencia o pescado para o consumo dos membros das famílias e o excedente é comercializado, criando fonte de rendimento para os pescadores e pode ser praticada com carácter familiar ou em moldes empresariais.

2.2.1.1.Artes de pesca

De acordo com IDPPE (2002), a pesca artesanal moçambicana tem como principais artes de pescas:

Arrasto de Praia -Arte de pesca que consiste numa rede formada por um saco de malhas pequenas prolongadas por duas grandes asas de malhas relativamente maiores e que tem amarradas na sua extremidade longos cabos de corda para puxar a rede. A arte é usada em praias marítimas e fluviais e é lançada a água a partir de uma pequena embarcação sendo posteriormente puxada para arrastar o pescado por pescadores posicionados em terra.

Emalhe de fundo-Arte constituída por um pano de rede rectangular de malha, de altura e comprimento variáveis, colocada no fundo mar por acção de pequenos pesos. O peixe é retido pelos opérculos ou barbatanas ao tentar atravessar as malhas.

Gaiola-Armadilha de construção de dimensões variáveis e forma diversa (cilíndrica, poliédrica ou caixa rectangular) com uma abertura num dos lados por onde se introduz o pescado, ficando depois impossibilitado de fuga continua no seu meio aquático normal. As gaiolas podem ser construídas de caniço, variáveis metálicas ou outro material.

Gamboa-Arte que consiste numa fila de várias estacas fixas na terra onde durante a maré baixa (vazante) é coberta grandes extensões de redes ou esteiras de caniço para retenção de pescado na maré vazante.

Linha de mão-Arte construída por uma linha ou fio contendo na sua extremidade um ou mais anzóis para fixação das iscas de captura de peixe. As linhas podem ser usadas com ou sem cabo.

Rede de cerco-Arte que consiste num pano de rede de malhas vulneráveis que é lançada ao mar de forma circular para captura de peixe, geralmente em cardumes.

Rede de tubarão-Espécie de rede emalhe de fundo de malhas grandes para captura de tubarão e outros peixes de grande porte.

Tarrafa -Arte que consiste num pequeno pano de rede de emalhe pequena ligada a duas varras laterais servindo para puxar a rede por pessoas. É usada junto a margem dos rios praias, para captura de peixe pequeno e camarão miúdo.

2.2.1.2. Tipos de embarcações utilizadas na pesca artesanal

De acordo com IDPPE (2006), a Pesca Artesanal tem os seguintes tipos de embarcações.

Canoa (tipo Moma) -Embarcação cujas extremidades (proa e popa) são simétricas e tem a forma de V.

Canoa (tronco escovado) - Embarcação constituída de um só tronco de madeira, As bordas geralmente matem a curvatura natural do tronco, A proa e a popa são arredondadas, o interior do tronco é cavado, esvaziando.

O casco é aberto e normalmente tem qualquer tipo de reforço longitudinal ou transversal.

Chata-Embarcação cujo fundo é plano e (chato). A polpa de embarcação é do tipo espelho. Na popa a embarcação mantém quase a mesma largura do centro e é cortada verticalmente e o casco tem reforços longitudinais e é normalmente aberto.

Lancha -Embarcação de casco redondo, pode se encontrar de duas proas ou de uma proa e popa de espelho.

2.3.Métodos usados para a conservação do pescado

2.3.1.Resfriamento

É o método mais simples de conservação. Os peixes e o gelo devem ser armazenados em camadas alternadas de modo que um peixe não toque em outro nem nas paredes da caixa colectora. (ZOOTECNIA, S/d)

A manutenção da baixa temperatura é fundamental para evitar proliferação de bactérias e aumentar a durabilidade do peixe. Segundo SILVA, (1998) um pescado resfriado a 0°C resiste a quinze dias de armazenamento, a 5°C somente seis dias e a 15°C não passa de dois dias. O resfriamento evita ou retarda as reacções químico-enzimáticas envolvidas no processo de autólise e também o desenvolvimento de microrganismos que contribuem para a deterioração do alimento (ROSA, 2001).

2.3.2.Defumação

O princípio da defumação consiste em expor o peixe fresco ou ligeiramente salgado à acção do calor e da fumaça, produzido por um fogo lento de uma mistura de lenha, graveto e serragem. A combustão e a consequente formação das substâncias desejáveis na defumação são afectadas por vários factores tais como: estrutura da madeira, espessura, profundidade da câmara de cinzas que se formam e o arraste de fumaça pelo ar aquecido (FERREIRA *et al*, 2002).

De acordo com GEROMEL (1989), a defumação é um processo mais indicado para pescados gordurosos, porque as gotículas de gordura auxiliam a retenção dos compostos da fumaça, não só os aromáticos, como também os que contribuem para a conservação do produto

2.3.3.Secagem

Um produto efectivamente seco é aquele que o conteúdo de humidade residual é inferior a 25%, entretanto um produto parcialmente desidratado é o que tem a sua humidade residual em torno de 50% e um produto óptimo é aquele que sua humidade está na faixa compreendida entre 35 e 40% (FERREIRA *et al*, 2002).

2.3.4.Salga do pescado

A salga é um dos métodos conhecidos para a preservação de alimentos, geralmente carnes e pescados. Seu princípio está baseado no emprego de sal que, em concentração adequada, diminui ou até mesmo impede a decomposição do alimento por autólise ou pela acção de microrganismos. Na salga, a acção do sal é dupla, ao penetrar no pescado, o sal diminui a quantidade total de água existente, com isso, o pescado diminui. Além disso, o sal permanece no interior do pescado diminuindo a actividade de água, ou seja, a disponibilidade de água para acção enzimática ou crescimento de microrganismos (FERREIRA *et al*, 2002).

2.4.Mercados de comercialização

2.4.1.Mercado

Mercado é o sistema através do qual consumidores e vendedores negociam para determinarem os preços e as quantidades de uma mercadoria (SAMUELSON, 1999).

Segundo MENDES (2007), refere-se a uma área, o “local” na qual compradores e vendedores tem as facilidades para negociar um com o outro e onde as forças de oferta e demanda actuam de modo a determinar os preços

2.4.2.Características dos mercados de comercialização do pescado

- A exposição do pescado para venda deve fazer-se com critério e de uma forma agradável, respeitando nomeadamente as seguintes recomendações: deve ser exposto em bancas, com gelo de boa qualidade e em quantidade suficiente (na proporção aproximada de 1 Kg de gelo para 2 Kg de pescado), que assegure a sua conservação, distribuído uniformemente por todo o pescado, durante o período de comercialização;
- As bancas devem dispor de água potável corrente e ter um bom sistema de drenagem que evite a acumulação de líquidos escorrenciais e da água de fusão do gelo em contacto directo com o pescado; não devem ser usados produtos hortofrutícolas na ornamentação das bancas;

- No caso de pescado descongelado, deve haver uma indicação clara deste facto, bem como o aconselhamento ao consumidor de que não deve voltar a congelar esses produtos;
- Os chocos, as lulas ou os polvos devem ser expostos de forma a não sujarem outras espécies. (ROSA, 2001).

2.4.3.Preço

Preço é o valor monetário expresso numericamente associado a uma mercadoria, serviço ou património (LEONE, 1997).

Segundo WERNKE (2008), “a correcta formação de preços de venda é questão fundamental para a sobrevivência e crescimento das empresas, independentemente do porte e de área de actuação”, estabelecer o correcto preço de venda é imprescindível para a sobrevivência das empresas, principalmente nos dias de hoje onde o que prevalece é a concorrência.

2.4.4.Comercialização

De acordo com WEYDMANN (2003), a comercialização é um processo social que envolve interacções entre agentes económicos através de instituições apropriadas. Uma importante instituição no sistema de comercialização é o mercado. Este deve ser entendido como o “local” em que operam as forças da oferta e demanda, através de vendedores e compradores, de tal forma que ocorra a transferência de propriedade da mercadoria através de operações de compra e venda.

No sentido restrito, a comercialização tem sido definida como conjunto das operações que se iniciam com a criação dos produtos agrícolas e culminam com a sua utilização ao nível do consumidor final, neste contexto a comercialização significa tão-somente a continuação do processo da produção (CABRAL, 2001).

No sentido amplo, há duas possíveis definições sobre a comercialização, a primeira é que comercialização compreende “o conjunto de actividades realizadas por instituições que se acham empenhadas na transferência de bens e serviços desde o ponto de produção inicial até que eles atinjam o consumidor final”, a segunda, comercialização como um processo social através do qual a estrutura de demanda de

bens e serviços económicos é antecipada ou ampliada e satisfeita através da concepção, promoção, intercâmbio e distribuição física de tais bens e serviços (BARROS, 2001)

2.4.5.Cadeia de Comercialização

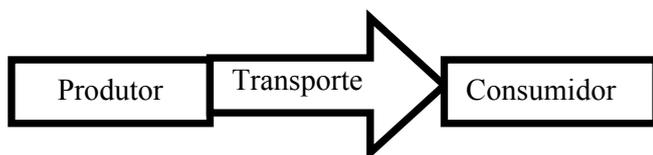
A Cadeia de comercialização é o caminho percorrido pela mercadoria desde o produtor até o consumidor final. É a sequência de mercados pelos quais passa o produto, sob a acção de diversos intermediários, até atingir a região de consumo (MENDES, 2007).

Segundo MENDES (2007), a cadeia de comercialização mostra como os intermediários se organizam e se agrupam para o exercício da transferência da produção ao consumo.

A classificação dos canais de comercialização se baseia no seu comprimento e complexidade. Os tipos mais comuns são:

- a) O produtor vende directamente ao consumidor

Esquema nº 1: Tipos de Canais de Comercialização

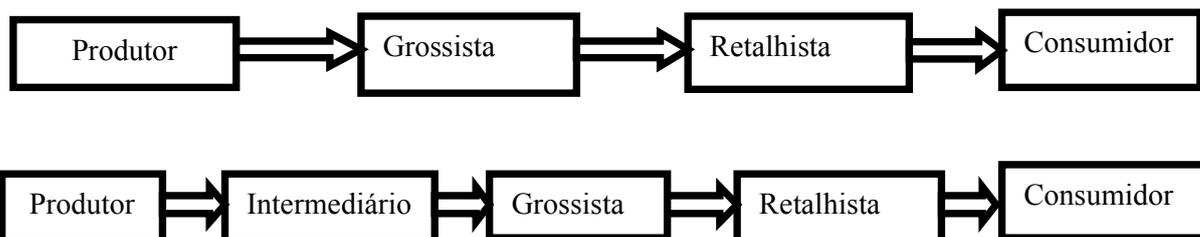


Fonte: MENDES, (2007).

Os ganhos de se entrar no mercado individualmente provêm da autonomia para definir a estratégia de comercialização mais adequada. Pode-se negociar preços, mudar de clientes e modificar produtos, O produtor corre o risco de perder tudo o que sobrou da produção em casos da concorrência no mercado (WEDMAN, 2003).

- b) As operações são executadas pelos intermediários

Esquema nº 2: Tipos de Canais de Comercialização



Fonte: MENDES, (2007)

Neste caso, a cadeia de comercialização pode ter uma complexidade variada, dependendo do número de operações e, portanto, do número de pessoas envolvidas. À medida que há desenvolvimento da economia e que se intensifica a especialização da actividade, o canal tende a se tornar mais complexo (MENDES, 2007).

As mudanças socioeconómicas que ocorrem no meio rural ou urbano resultam em parte das novas tecnologias inseridas nas formas de vida de seus habitantes, alterando o modo de falar, de se vestir, no consumo, nos valores éticos e morais e nas relações familiares (POZENATO & GIRON, 2008)

Tabela nº 1: Tipos de canais de comercialização

Tipos de canal de comercialização	Definição	Exemplos
Canal de nível zero	Produtor que vende directamente ao consumidor final	Feiras livres, vendas directamente nas residências (porta a porta), cooperativa de consumidores; lojas próprias de cooperativas ou associações de produtores.
Canal de um nível	Canal que possui um intermediário (retalhista) na comercialização de produtos agrícolas	Supermercados; lojas de conveniência
Canal de dois níveis	Canal que possui dois intermediários (grossista e retalhista) na comercialização de produtos agrícolas	Centrais de distribuição; atacados; restaurantes
Canal de três níveis	Canal que possui três intermediários (processador, atacadista e retalhista) na comercialização de produtos agrícolas	<i>Packing house</i> ; agro-industriais em geral; cooperativas agropecuárias
Canal de quatro níveis	Canal que possui quatro intermediários	<i>Trading</i> de exportação; centros de abastecimento.

Fonte: WAQUIL *et al*, (2010)

A escolha dos canais de comercialização mais apropriados depende de uma série de factores, entre os quais a natureza e as características do produto (por exemplo, a perecibilidade), a existência ou não de intermediários e o resultado económico do processo. (WAQUIL *et al*, 2010).

2.4.6. Dificuldades enfrentadas na comercialização do pescado

As condições inadequadas para a conservação do pescado constituem ainda um constrangimento que se faz sentir ao longo de toda a costa moçambicana, apesar dos esforços empreendidos pelo IDPPE e pelos Governos locais. Os mercados localizam-se muito distantes dos centros de pesca, e os pescadores não têm outra forma de conservar o pescado se não a secagem. Este método resulta na redução do valor comercial do

pescado e depende muito das condições climáticas. Em épocas de chuvas e de grande nebulosidade a maioria do pescado capturado não é aproveitado uma vez que apodrece. A falta de meios eficazes de conservação do pescado e a longa distância que separa os centros de pesca dos mercados têm resultado não só na deterioração do pescado, como também tem obrigado os pescadores a vender o produto do seu trabalho a preços baixos, muito aquém do seu valor real (HOGUANE, 2007).

2.5. Variáveis económicas

2.5.1. Custos de comercialização

Segundo SÁ (1995), custos refere-se a tudo o que se investe para conseguir um produto, um serviço ou uma utilidade; são as aplicações para mover uma actividade, seja directa ou indirectamente, feitas na produção de bens de vendas.

A função de comercialização pode ser definida como tarefa de levar o produto acabado ate ao cliente. Os custos de comercialização são todos os encargos levados a cabo para se fazer chegar o produto aos clientes/consumidores (UNICAMP *et al*, S/d).

Na comercialização, no entanto, a relação entre os custos de comercialização e a renda das vendas é de vital importância (UNICAMP *et al*, S/d).

O Custo total representa a despesa monetária total necessária para produzir cada nível de quantidade de produção: $CT = CV + CF$ (1)

(HORNGREN *et al*, 2004)

Onde: CT- Custo Total; CV- Custo Variável; CF- Custo Fixo

Para SILVA (2008), os custos fixos devem ser menores que os variáveis devido a sua insensibilidade na produção. O custo variável representa a despesa que com o nível de produção varia.

2.5.2.Receita total

Receitas são todos os recursos provenientes da venda de mercadorias ou de uma prestação de serviços (SANDRONI, 1999).

Receita é definida como a multiplicação do produto pelo preço (SAMUELSON & NORDHAUS, 2005). $RT = q \times P$ (2)

Onde: RT= Receita Total; q- quantidade produzida; P- Preço do Produto

2.5.3.Rácio Benefício / custo

O rácio de benefício/custo é o valor obtido da divisão do total dos proveitos pelo total de custos e representa um rácio de relação para cada uma unidade monetária de custo, representando o equivalente proveito em unidades monetárias (CAMARGO, 2007).

$$BC = \frac{\Sigma \text{Receita Total}}{\Sigma \text{Custo Total}} \quad (3)$$

Segundo FOSTER (2004), o rácio custo/benefício é usado para a tomada de decisão, recursos são incursos para melhor alcance dos objectivos de um empreendimento, e no entanto os benefícios esperados dos gastos devem superar os custos esperados, nesta óptica, o rácio custo/benefício é uma medida de quanto se espera ganhar por unidade de capital investido.

A Relação benefício/custo é efectuada de acordo com o método incremental; a produção é avaliada com base nas diferenças nos custos e benefícios entre um cenário com produção e outro alternativo sem o projecto (SILVA, 2008).

Condições:

- Se o rácio benefício/custo for maior que 1 então os benefícios são maiores que os custos logo o projecto pode ser aprovado.
- Se o rácio benefício/custo for menor que 1 então os custos são maiores que os benefícios logo o projecto pode não ser aprovado;
- Se o rácio benefício custo for igual a 1 é indiferente a realização ou não do projecto.

2.5.4. Lucro total

Lucro é o retorno positivo de um investimento feito por um indivíduo ou uma pessoa nos negócios (SANDRONI, 1999); refere-se a receita total subtraído pelas despesas totais (SAMUELSON & NORDHAUS, 2005).

$$\pi = RT - CT \quad (4)$$

Onde: π - Lucro; RT- Receita Total; CT- Custo Total

2.5.5. Lucratividade

A lucratividade é tida como um indicador que mede o lucro total em relação às vendas; é um dos principais indicadores económicos das empresas, pois está relacionado directamente à competitividade (ROSA, 2004).

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{lucrototal}}{\text{receitatotal}} \times 100 \% \quad (5)$$

2.5.6. Rentabilidade

A rentabilidade é o grau de rendimento adquirido por determinada actividade proporcionado por determinado investimento e pode ser expresso pela percentagem de lucro em relação ao investimento (SANTOS *et al*, 2006).

A rentabilidade exprime a lucratividade para cada unidade de valor investido no negócio (COLOMBO, 2012).

A rentabilidade é uma das variáveis estudadas em análises económicas e financeiras e representa a taxa de retorno (ou rendimento) de determinada grandeza (NUNES, 2009).

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{lucro total}}{\text{custo total}} \times 100 \% \quad (6)$$

2.5.7. Margens de comercialização

Segundo MENDES (2007), margem de comercialização refere-se à diferença entre preços a diferentes níveis do sistema de comercialização, a margem total é a diferença entre o preço pago pelo consumidor e o preço recebido pelo produtor.

A margem absoluta é definida como a diferença entre o nível superior e inferior de mercado, com preços ajustados para as unidades de nível inferior (MARQUES & AGUIAR, 1993).

Dentro da margem estão embutidos os custos fixos e variáveis eo lucro do sector, ou seja, um crescimento no valor da margem pode tanto estar associado ao aumento da taxa de lucro dos intermediários quanto ao aumento dos custos por melhorias no produto final. A grande vantagem da utilização do cálculo da margem, segundo MARQUES & AGUIAR (1993), está na possibilidade de acompanhar a evolução do mesmo e o desempenho dos mercados.

A margem é dada pela diferença entre o preço pelo qual um intermediário (ou um conjunto de intermediários) vende uma unidade de produto e o pagamento que ele faz pela quantidade equivalente que precisa comprar para vender essa unidade. As Perdas devido ao amassamento, podridão, processamento fazem com que as unidades de venda e compra difiram entre si. A ocorrência de subprodutos deve ser levada em devida conta no cômputo da margem (BARROS, 2007).

Em outras palavras, a Margem de comercialização (M), é obtida por:

Margem de comercialização = preço pago pelo consumidor – preço recebido pelo pescador (7)

Do mesmo modo é obtida a margem total relativa (MR), que é expressa em termos do preço de venda, isto é: (ROSA, 2004)

$$\text{Margem total relativa} = \frac{\text{Preço de venda ao retalhista} - \text{Preço recebido pelo pescador}}{\text{Preço de venda ao retalhista}} \quad (8)$$

2.5.7.1. Métodos de composição das margens

- **Métodos Sistemáticos:**

- a) Margem absoluta fixa;
- b) Margem percentual fixa;
- c) Combinação dos métodos anteriores.

- **Métodos Não-Sistemáticos**

Um exemplo de método não-sistemático seria a prática de seguir de perto o preço dos competidores mais fortes ou mais próximos.

- a) **Margem Absoluta Fixa-** Neste caso, o intermediário (retalhista, por exemplo) adicionaria uma quantia fixa ao preço recebido pelo produtor para obter o seu preço de venda. Assim, tomando P_r como preço no retalhista, P_f como preço ao produtor e M como margem, ter-se-ia:

$$M = a \text{ (constante) ou}$$

$$P_r = P_f + a$$

- b) **Margem Percentual Fixa-** Neste caso, o retalhista adicionaria uma percentagem do preço de compra para obter o preço de venda.

$$M = b P_f \text{ ou}$$

$$P_r = P_f + M = P_f + b P_f = (1 + b) P_f$$

- c) **Combinação dos Métodos Anteriores-** Cada uma das alternativas anteriores pode se aplicar a determinada situação. Há evidências, no entanto, de que uma combinação das duas ocorre com frequência.

Neste caso o agente cobraria uma parcela fixa mais uma percentagem do preço de compra. Assim tem-se:

$$M = a + b Pf \text{ ou}$$

$$Pr = Pf + a + b Pf = a + (1 + b) Pf$$

Por intermédio de métodos estatísticos, tendo-se em mãos uma série de preços para diferentes níveis de mercado, pode-se estimar a relação entre preços e deduzir o método de fixação de preços adoptado pelos intermediários ao comercializar um determinado produto (BARROS, 2007).

2.5.7.2. Factores que afectam as margens de comercialização

Os principais factores que determinam a magnitude da margem de comercialização são:

- Quanto maior a perecibilidade, perdas ou quebras durante a comercialização, maior deve ser a margem, tendo em vista que produtos como carne, leite, tomate, etc., exigem refrigeração tanto na estocagem quanto no transporte, resultando conseqüentemente em custos maiores;
- Quanto maior o grau de processamento, embalagem e classificação maior a margem, devido aos maiores custos para executar estes serviços;
- Quanto maior a relação volume/peso ou volume/valor maior a margem, porque há necessidade de maior espaço para transporte e armazenamento, o que resulta em custos adicionais;
- Quanto maior a instabilidade de preços do produto, maior a margem, porque os intermediários procuram elevar relativamente mais os preços hoje, devido á incerteza de preços no futuro;
- Quanto maior a rapidez de amadurecimento do produto ou sazonalidade da produção, maior a margem, devido aos custos fixos maiores para o processamento, já que a firma deve ter um maior dimensionamento para atender a transformação da produção num curto espaço de tempo, ficando as máquinas e equipamentos parados por longos períodos;
- Quanto maior o aumento no custo unitário dos factores, maior a margem, devido à elevação nos custos (MENDES, 2007).
-

CAPÍTULO III. METODOLOGIA

3.1. Descrição da Área de Estudo

O distrito de Vilankulo fica localizado na zona norte da província de Inhambane, tendo como limites, a norte o distrito de Inhassoro, a sul o distrito de Massinga, a oeste com o distrito de Mabote e Funhalouro e a Este o oceano Indico, com uma superfície de 5867km e uma população recenseada em 1997 de 113.045 habitantes (MAE, 2005).

3.1.1. Actividades económicas

- **Agricultura**

O Distrito de Vilankulo, é constituído principalmente pela população camponesa que pratica a agricultura de subsistência. No período fresco produz e comercializa hortícolas. O Distrito tem condições para o desenvolvimento da agricultura, por exemplo, ao longo do rio Govuro, a fertilidade da terra oferece uma óptima oportunidade para a produção de cereais e de hortícolas. Esta actividade constitui o segundo sector socioeconómico da população do Distrito de Vilankulo para além da pesca (SDAE, 2011)

- **Pescas**

O Distrito de Vilankulo é um dos principais centros pesqueiros da província de Inhambane. Dada a diversidade de mariscos da sua costa, a pesca e as actividades a ela conexas oferecem uma boa oportunidade para investimento. Esta actividade é praticada principalmente pelo sector familiar (homens, mulheres e crianças), utilizando vários tipos de artes de pesca nomeadamente: arrasto, a linha, mergulho, gamboa, emalhe, gaiola, cerco, etc. Os modos de conservação usados são a salgagem e secagem, fumagem, congelagem e secagem simples(PEDDV, 2011).

Para além do sector familiar existem empresas de pesca, que se dedicam à comercialização e conservação do pescado. O pescado é geralmente comercializado fresco ou seco. A secagem geralmente é efectuada nos acampamentos de pesca que se encontram dispersos em vários pontos da costa do Distrito. As principais espécies

capturadas são: peixe ladrão, carapau, garoupas, pargos, papagaios, bicudos, serra, cavalo, salmonete, sardinha, pedra, caranguejos, lulas, choccos, e etc. (SDAE, 2011)

3.2. Amostra

As pesquisas geralmente, abrangem um universo de elementos tão grande que se torna impossível considerá-los em sua totalidade, por essa razão, é muito frequente trabalhar com amostra, ou seja uma pequena parte dos elementos que compõem o universo, de modo a que possam representar o universo (GIL, 2008).

Para a realização da presente pesquisa considerou-se como população elegível para amostragem, todos os intervenientes da cadeia de comercialização de peixe proveniente do subsector da pesca artesanal no Município de Vilankulo, portanto, tendo em conta a complexidade da população estudada usou-se dois tipos de amostragem: probabilística simples (pescadores) e aintencional ou por julgamento (retalhistas).

Assim, segundo a informação disponibilizada pelo técnico do SDAE do distrito de Vilankulo, a área municipal conta com 41 pescadores dos quais questionou-se 10, o que representa 24,3%. Para o cálculo da amostra dos pescadores recorreu-se a seguinte fórmula estatística:

$$\frac{n}{N} \times 100\% \leftrightarrow \frac{10}{41} \times 100\% = 24,3\%$$

Recorreu-se também ao uso de amostragem intencional para a colecta de dados relativos aos retalhistas de peixe, nos mercados onde foram entrevistados 62 retalhistas, como ilustra a tabela 2. Segundo OLIVEIRA (2001), amostragem intencional ou por julgamento consiste em seleccionar um subgrupo da população que, com base nas informações disponíveis, possa ser considerado representativo de toda a população. A principal vantagem desta amostragem, esta nos baixos custos de sua selecção. Entretanto, requer considerável conhecimento da população e do seu subgrupo seleccionado

Tabela 2: Perfildos entrevistados

Retalhistas			
Locais	Nº de mulheres	Nº de homens	Total
Municipal	25	5	30
Mucoque	18	0	18
Varimba	5	0	5
Taurus	0	3	3
Central	4	2	6
Total	42	10	62
Pescadores			
B. Dece	0	8	8
Samara	0	2	2
Total	0	10	10

3.3. Técnicas de Recolha de Dados

A colecta de dados realizou-se em duas fases. A primeira consistiu na pesquisa bibliográfica, estavisava a recolha de informações em obras literárias relacionadas ao tema, com vista a obter uma base para fundamentação teórica, recorreu-se a fontes como internet, manuais, relatórios, a segunda fase foi a realização do trabalho de campo no Fundo Do Fomento Pesqueiro onde recolheu-se informação relativa ao número de comités comunitários de pescas existentes, seus responsáveis bem como a sua localização, no SDAE obteve-se o número total de pescadores a nível do município, ao longo da faixa costeira e nos mercados localizados na área municipal em coordenação com os Comités Comunitários de Pescas (CCPs).

O trabalho de campo foi possível por meio da Observação e Entrevistas.

- **Observação**

A observação não participante é um tipo de técnica em que o investigador não participa na vida do grupo, isto é, permanece alheio à comunidade, grupo ou situação que pretende estudar, observa de maneira espontânea os factos que aí ocorrem. Esta técnica vai além da simples constatação dos factos. Exige um mínimo de controlo na obtenção dos dados. A colecta de dados por observação é seguida de um processo de análise e interpretação, o que lhe confere a sistematização e o controlo requeridos por procedimentos científicos (QUIVY & COMPENHOUDT, 2005).

Optou-se por esta técnica porque deu a possibilidade de observar as infra-estruturas de comercialização existentes nos mercados, a observação não participante efectivou-se em simultâneo com as entrevistas, durante o período de trabalho de campo nos meses de Outubro, Novembro, e Dezembro de 2015, onde além do pesquisador basear-se nas informações dadas pelos pesquisados, no decurso da recolha de dados também auxiliou-se da observação simples para a recolha de informação inerente a descrição da cadeia de comercialização do peixe e métodos de conservação.

- **Entrevistas Semi - Estruturadas**

A entrevista semi-estruturada foi outra técnica usada, visto que é uma forma de interacção social que possibilita um contacto directo entre o investigador e os seus interlocutores para a recolha de informação sobre um determinado acontecimento. Tem a vantagem de dar a possibilidade aos indivíduos de exprimirem as suas percepções em relação a um fenómeno ou situação, a partir das próprias experiências de vida (QUIVY & COMPENHOUDT, 2005).

As entrevistas materializaram-se com recurso ao uso do questionário composto por perguntas abertas e fechadas previamente elaboradas dirigidas aos intervenientes da cadeia de comercialização do pescado. Estas foram úteis na medida em que permitiram um contacto directo com os intervenientes da cadeia de comercialização, a partir delas foi possível colher percepções, crenças e ideias, bem como, sentimentos e emoções resultado das experiências por eles vividas.

3.4. Variáveis Estudadas

- **Variáveis Sociais**

Sexo e Idade e emprego.

- **Variáveis económicas**

Preço do pescado, Margem de comercialização, custos, receita, lucratividade, rentabilidade e Compra de bens duráveis.

3.5. Métodos de análise e interpretação de dados

Dentre várias espécies de pescado existentes, a pesquisa realizada analisou a comercialização do peixe, este pescado é adquirido nos centros pesqueiros localizados na área municipal como é o caso dos centros: Mabandene e 19 de Outubro no período indefeso (15 de Abril à 14 de Janeiro). Para a análise de dados utilizou-se Coincidência de Padrões este método segundo MATAKALA & MACUCULE(1998), envolve a junção de respostas similares e explicação das diferenças e tirando-se assim as conclusões relevantes. Após o trabalho de campo, fez-se análise de variáveis, agrupando os dados qualitativos de acordo com as suas similaridades e explicando as diferenças.

A análise de dados quantitativos foi com base em tabelas de frequências, usando a folha electrónica do Microsoft Excel para o cálculo dos preços médios, custos, margens, receita, rentabilidade e lucratividade usou-se as seguintes fórmulas:

Custo total: $CT = CV + CF;$ (fórmula:1)

Receita total: $RT = q \times P$ (fórmula:2)

Calculou-se o **rácio de benefício**, baseado na fórmula: $BC = \frac{\Sigma \text{Receita Total}}{\Sigma \text{Custo Total}}$ (fórmula:3)

Lucro: $\pi = RT - CT;$ (fórmula:4)

Lucratividade $= \frac{\text{lucro total}}{\text{receita total}} \times 100 \%$ (fórmula:5)

Rentabilidade $= \frac{\text{lucro total}}{\text{custo total}} \times 100 \%;$ (fórmula:6)

Determinou-se as margens de comercialização do pescado de cada ano tendo como base a informação recolhida por meio de um questionário dirigido aos pescadores e retalhistas que actuam na cadeia de comercialização a nível do município, em seguida baseou-se nos Métodos de BARROS (2007) e ROSA (2004) para efectuar os respectivos cálculos e por fim interpreta-los. Onde com base nos preços fornecidos nos diferentes mercados, foi possível determinar as margens aplicando as seguintes formulas abaixo:

Margem de comercialização = preço pago pelo consumidor – preço recebido pelo pescador (fórmula:7)

Margem total relativa = $\frac{\text{Preço de venda ao retalhista} - \text{Preço recebido pelo pescador}}{\text{Preço de venda ao retalhista}}$; (fórmula:8)

Utilizou-se também o método da análise FOFA (forças, oportunidades, fraquezas e ameaças), para a identificação dos pontos fracos, fortes, ameaças e oportunidades na comercialização de Pescado no município de Vilankulo.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1. Descrição da Cadeia de comercialização de Pescado no município de Vilankulo

O subsector da pesca artesanal no município de Vilankulo caracteriza-se pelo uso de embarcações com capacidade máxima de transporte de 10 pessoas com um comprimento que não vai além dos 10 metros, as artes de pesca utilizados para a captura do pescado são: linha de mão e Arrasto de Praiaeste resultado vai de acordo com o DIPLOMA MINISTERIAL (2014), ao afirmar que em Moçambique no subsector artesanal as actividades pesqueiras estão em grande medida confinadas a zonas próximas da costa, sendo desenvolvidas a partir de pequenas embarcações de ate 10m de comprimento, movidas a remo, vela ou motores fora de bordo.

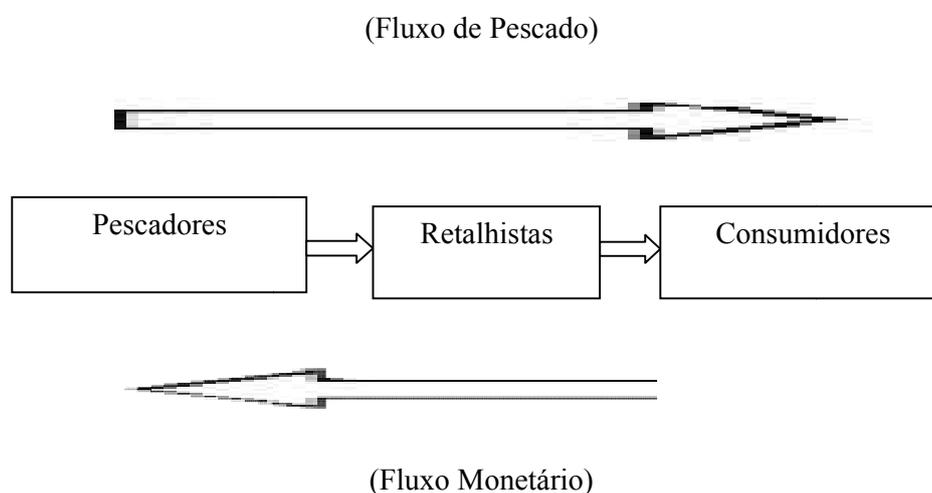
A arte de linha de mão é utilizada pelos pescadores que capturam o pescado de forma isolada e desembarcados, enquanto a de arrasto de praia a captura do pescado é feita mediante um trabalho em grupo, onde um grupo de pescadores divide-se em dois subgrupos onde um subgrupo de pescadores embarcado joga a rede ao mar, sendo a posterior puxada para arrastar o pescado pelos pescadores desembarcados e os tipos de embarcações utilizados são: Chata e Canoa tipo Moma movidos a vela, ou motor fora do bordoestas características estão em consonância com IDPPE (2002), ao afirmar que Arte de Linha de mãoé construída por uma linha ou fio contendo na sua extremidade um ou mais anzóis para fixação das iscas de captura de peixe. As linhas podem ser usadas com ou sem cabo e de forma isolada; ea arte do Arrasto de Praia é usada em praias marítimas e fluviais e é lançada a água a partir de uma pequena embarcação sendo posteriormente puxada para arrastar o pescado por pescadores posicionados em terra.

Os métodos e técnicas utilizadas na pesca artesanal, não dão certeza ao pescador sobre o tipo de pescado que este capturará, todavia tem a vantagem de possibilitar aos pescadores a captura de uma gama multiespecífica de pescado,sendo mais frequentes: lula, caranguejo, amêijoa e diversas espécies de peixe como é o caso do peixe pedra, *babhe*, carapau, papagaio embora a última seja protegida, uma parte deste pescado é direccionado ao consumo sendo que a grande parte do pescado é comercializadaestas características estão em consonância com LOPES & GERVÁSIO (1999) citado por Ngale (2012), ao afirmarem que a pesca artesanal em Moçambique é praticada por diferentes segmentos da população nas zonas costeiras usando embarcações, em alguns

casos, com algum grau de especialização e artes de pesca convencionais. Esta actividade tem um papel importante nas comunidades pesqueiras porque providencia o pescado para o consumo dos membros das famílias e o excedente é comercializado, criando fonte de rendimento para os pescadores e pode ser praticada com carácter familiar ou em moldes empresariais. Facto que é sustentado também pelo Diploma Ministerial (2014), ao afirmar que as capturas artesanais são importantes para a segurança alimentar a nível local e distrital, sendo maioritariamente comercializadas nos mercados locais.

A Cadeia de Comercialização do Pescado no Município de Vilankulo é caracterizada por possuir três segmentos nomeadamente Pescadores, Retalhistas e Consumidores. O processo de Comercialização do Pescado inicia com os pescadores, que são os agentes cuja função é proceder exploração dos recursos marinhos, constituem o primeiro elo de interligação na cadeia de comercialização do pescado, colhem o pescado, dividem os grandes lotes do produto em pequenos lotes de acordo com a qualidade e o fornecem ao segundo agente, os Retalhistas, que apresentam e disponibilizam o pescado para o mercado e por fim os consumidores, estes constituem o último elo na cadeia de comercialização de pescado.

Esquema 1: Canal de comercialização de um nível



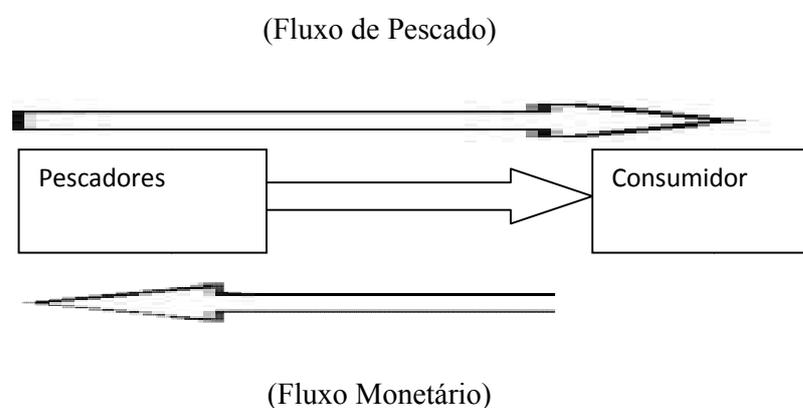
Fonte: Autora, através de dados colhidos no campo

Neste canal de comercialização há intervenção de um único retalhista, este serve de elo de ligação entre o pescador e consumidor, este é o principal canal

comercialização do pescado e é mais usado no período indefeso. Tem a vantagem de reduzir o tempo de trabalho por parte do pescador, na medida em que este depois de retirar uma parte do pescado destinada ao consumo próprio vende todo o pescado destinado a comercialização ao retalhista, não incorre custos relacionados a comercialização, a determinação do preço pelo retalhista constitui uma desvantagem. Este resultado vai de acordo com WAQUIL *et al* (2010), ao afirmar que o canal de um nível possui um intermediário (retalhista) na comercialização de produtos agrários.

Além do canal de comercialização apresentado no esquema 1, existem outros canais secundários como é o caso dos esquemas: 2 e 3.

Esquema2: Canal de comercialização nível zero

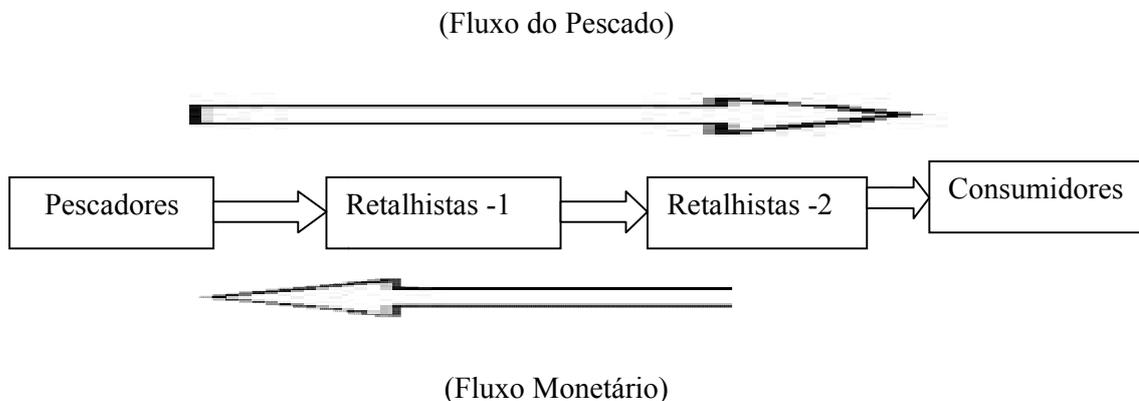


Fonte: Autora, através de dados colhidos no campo

Este canal de comercialização caracteriza-se pela interação directa entre o pescador e o consumidor, embora ocorra com menos frequência aliado as diferentes motivações por parte dos consumidores que vivem nas proximidades dos centros de pescas, que apresentam como motivação para deslocarem-se até aos centros de pescas para adquirirem o pescado directamente dos pescadores: altos preços praticados pelos Retalhistas, garantia de adquirir o pescado ainda fresco sem que tenha passado por algum sistema de conservação. Este canal de comercialização é vantajoso, na medida que o pescador não depende da intervenção do intermediário para fazer chegar o seu produto ao consumidor, da possibilidade do pescador negociar o valor do pescado directamente com o consumidor final. Este resultado condiz com WEDMAN (2003), ao afirmar que há ganhos de se entrar individualmente no mercado na medida que há

autonomia para definir estratégia de comercialização mais adequada, bem como negociar preços e mudar de clientes.

Esquema 3: Canal de comercialização de dois níveis



Fonte: Autora, através de dados colhidos no campo

Este canal de comercialização é frequentemente usado no período de escassez (15 de Janeiro à 14 de Abril) onde a nível do município comercializa-se pescado proveniente dos centros de pesca circunvizinhos e o proveniente do distrito de Inhassoro, onde para que o pescado chegue ao consumidor final tem de passar por dois retalhistas, devido a localização do centro de pesca e das normas estabelecidas localmente (proteccionistas), que proíbem a interacção entre pescadores desses centros de pesca com retalhistas provenientes de outros centros de pescas, daí que para que os últimos tenham acesso ao pescado devem compra-lo nos revendedores desse centro.

O canal de comercialização do nível-II, é desvantajoso para os consumidores, na medida que nesse período há especulação de preços o que resulta na redução do poder de compra por parte dos consumidores devido a subida de preços do pescado e tem como consequência baixo consumo do pescado no período defeso este resultado vai de acordo com MENDES (2007), ao afirmar que a cadeia de comercialização pode ter uma complexidade variada, dependendo do número de operações e do número de intervenientes que actuam nessa cadeia. À medida que há crescimento da economia e que se intensifica a especialização da actividade, o canal tende a se tornar mais complexo.

No que tange aos mercados de comercialização, todos mercados do município localizam-se próximo dos centros de pesca, com excepção do mercado Varimba. De acordo com a pesquisa realizada 80% dos pescadores conseguem vender todo o pescado capturado aos retalhistas, os restantes afirmaram que nem sempre conseguiam comercializar, o que obrigava-lhes a transportar o pescado remanescente, até ao mercado mais próximo para comercializa-lo a preços baixos do seu valor real por aversão aos prejuízos. Os retalhistas transportam pessoalmente o pescado por eles adquirido só contratam ajudante quando a quantidade adquirida for além das suas capacidades físicas de transporte. Todos mercados não dispõem de sistemas de conservação excepto o ponto de vendas localizado ao lado da padaria Bento este resultado diverge com HOGUANE (2007), ao afirmar que ao longo de toda a costa moçambicana os mercados localizam-se muito distantes dos centros de pesca, e os pescadores não têm outra forma de conservar o pescado se não a secagem. E converge com o mesmo autor, ao afirmar que a falta de meios eficazes de conservação do pescado, tem obrigado os pescadores a vender o produto do seu trabalho a preços baixos, muito aquém do seu valor real.

No que concerne á conservação do pescado, 53% dos entrevistados utilizam a refrigeração, após o período de trabalho os retalhistas fazem a limpeza do pescado remanescente com água limpa, colocam-no num recipiente em camadas alternadas com gelo, segundo os mesmos, este método é usado para garantir maior vida de prateleira este resultado vai de acordo com ROSA (2001), ao afirmar que o resfriamento evita ou retarda as reacções químico-enzimáticas envolvidas no processo de autólise e também o desenvolvimento de microrganismos que contribuem para a deterioração do alimento, facto fundamentado também por ZOOTECNIA (S/d), ao afirmar que a manutenção da baixa temperatura é fundamental, evita proliferação de bactérias e aumenta a durabilidade do peixe.

Nove entrevistados que correspondem a 12% conservam o pescado usando a salgagem, após a limpeza do pescado salgam-no a seco, na proporção de 1kg de sal para 10kg de peixe, este método permite-lhes comercializar mesmo pescado por um período de um mês. Este resultado está em consonância com FERREIRA *et al* (2002), ao afirmar que na salga, a acção do sal é dupla, ao penetrar no pescado, o sal diminui a quantidade total de água existente. Além disso, o sal permanece no interior do pescado

diminuindo a actividade de água, ou seja, a disponibilidade de água para acção enzimática ou crescimento de microrganismos.

Doze por cento dos entrevistados nenhum método de conservação utilizam, pois conseguem comercializar todo o pescado, o mesmo grupo é composto na sua maioria por pescadores 9,8% e 2,2% pelos retalhistas, enquanto o remanescente utiliza a refrigeração e a salgagem, a utilização destes dois métodos é feita obedecendo a sucessão, onde os retalhistas quando o pescado sobra, nos primeiros dois dias de comercialização, para a conservação do mesmo utilizam a refrigeração por esfriamento e no final do segundo dia fazem a limpeza do pescado remanescente e salgam-no este resultado esta em consonância com FERREIRA *et al* (2002), ao afirmar que a salga é um dos métodos usados para a preservação de alimentos, geralmente carnes e pescados. Seu princípio está baseado no emprego de sal que, em concentração adequada, diminui ou até mesmo impede a decomposição do alimento por autólise ou pela acção de microrganismos.

4.2. Determinação das variáveis económicas

Para a determinação das variáveis e os indicadores económicos foi com base nos dados das tabelas e as fórmulas das equações (1), (2), (3), (4), (5), (6), (7) e (8), descritas no capítulo da revisão bibliográfica.

Tabela nº 3: Determinação das variáveis económicas no ano 2014

Pescadores						
Descrição	Total	Mínimo	Máximo	Média	Desvio	CV %
					Padrão	
Receita(Mts)	2567565	122850	798525	256756.5	199700.3	77.8
Retalhistas						
Receita(Mts)	51652283	105300	4738500	833101.3	1168055.1	140.2
C. TOTAL(Mts)	23388183.0	64935.0	2049840.0	377228.8	480163.6	127.3
BEN/C. TOTAL		1.5	3.1	2.21		
Lucro total(Mts)	28264099.5	40365.0	2711475.0	455872.6	691974.4	151.8
Lucratividade(%)		33.6	67.3	49.8	7.3	14.7
Rentabilidade(%)		50.5	205.8	103.8	32.1	30.9
Margem de comercialização(Mts)				61		
Margem total relativa(%)				57.1		

Fonte: Autora, através de dados colhidos no campo

Tabela n.º 4: Determinação das variáveis económicas no ano2015

Pescadores						
Descrição	Total	Mínimo	Máximo	Média	Desvio padrão	CV%
Receita((Mts)	2766757.5	157950	798525	276676	189068	68
Retalhistas						
Receita(Mts)	51674220	210600	4738500	833455.2	1024285.3	122.9
Custo Total (Mts)	26953290.0	108810.0	2272725.0	434730.5	466859.2	107.4
Beneficio/Custo		1.4	2.5	1.92		
Lucro total (Mts)	24720930.0	70200.0	2729025.0	398724.7	568184.0	142.5
Lucratividade(%)		28.5	59.7	43.7	7.4	16.9
Rentabilidade(%)		39.8	148.3	80.8	25.4	31.5
Margem de comercialização(Mts)				58.4		
Margem total relativa(%)				52.7		

Fonte: Autora, através de dados colhidos no campo

4.2.1. Análise das variáveis económicas

Custos de comercialização

O custo a nível dos pescadores é desprezível, porque eles não incorrem custos relacionados a comercialização, visto que após a captura apenas fazem o desembarque do pescado, selecção e a venda aos retalhistas. O custo total de comercialização a nível dos revendedores é constituído pelos seguintes elementos: bacía, aluguer da banca, taxa diária, compra do pescado e transporte dentre estes os custos referentes a da bacía, aluguer da banca e taxa diária são fixos e os restantes são variáveis.

Tabela nº 5: Composição dos custos

Ano	Quantidade (kg)	Custos fixos (Mts)	Custos variáveis (Mts)	Custo total (Mts)
2014	395.401,5	163.215	25.247.606	25.410.821
2015	399.613,5	163.215	26.790.075	25.410.821
Média	397.507,5	163.215	26.018.840	26.182.055

Fonte: Autora, através de dados colhidos no campo

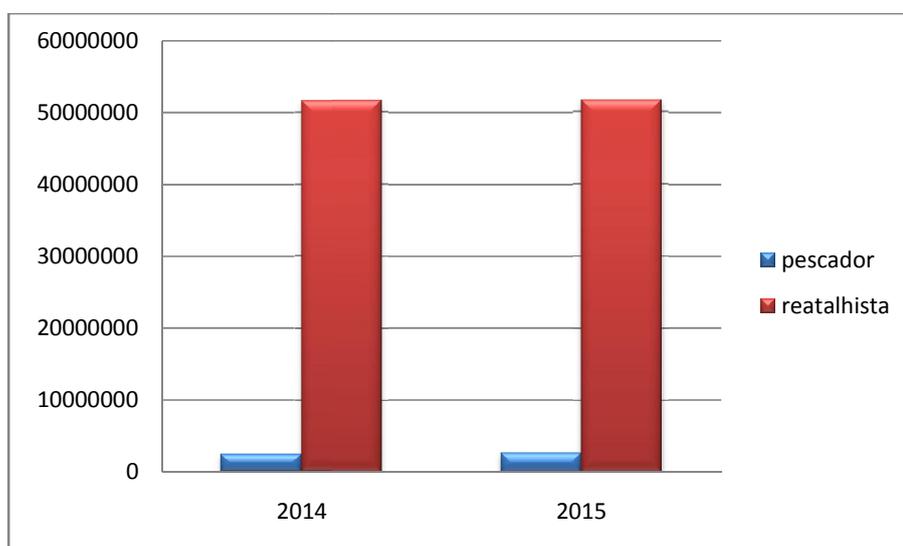
Durante o período em análise, o custo total foi de 25.410.821,0Mts no ano 2014, esteve disperso da média de 377.228,8Mts com um Coeficiente de Variação de 127,3%, o custo mínimo tendo sido de 64.935,0Mts e o custo máximo foi de 2.049.840,0Mts, este custo esta relacionado a aquisição do pescado de alto valor comercial como é o caso do peixe xareu, vermelho e garoupa. No ano 2015 verificou-se uma subida dos custos na ordem de 15,2% totalizando 26.953.290,0Mts, com Coeficiente de Variação de 107,4%. Os custos de comercialização estão directamente ligados a quantidade comercializada, quanto menor for a quantidade do pescado menor é o custo de comercialização e vice-versa, este resultado vai de acordo com SÁ (1995), ao afirmar que os custos são todas as aplicações para mover uma actividade, seja directa ou indirectamente, feitas na produção de bens de vendas,este facto é também sustentado por LEONE (1997), ao afirmar que os custos referem-se ao valor dos factores de produção consumidos por uma firma para produzir ou distribuir produtos ou serviços, ou ambos.

Segundo a tabela exposta, o custo total médiodurante o período em análise foi de 26.182.055,0Mts, o custo fixo foi de 163.215,0Mts o correspondente 0,6% e os custos variáveis foram de 26.018.840,0 Mts o equivalente a 99,4% condizendo com o exposto pelo autor SILVA (2008), ao afirmar que os custos fixos devem ser menores que os variáveis devido a sua insensibilidade na produção

Receita

Durante o período em análise a nível do Município comercializou-se 795.015kg de peixe, ao preço médio de 108,2 Mts/kg. Em termos de volume de vendas, o mercado Municipal registou maior volume com 156.897,0kg a um preço médio de 125,8 Mts/kg seguido pelo mercado Mucoque com 121.797,0kg ao preço de 93,8 Mts/kg o ponto de vendas frente ao supermercado Taurus, foi o que registou menor volume de vendas tendo-se comercializado 19.041,8kg de peixe ao preço de 113,3 Mts/kg.

Gráfico 1: Receitas de pescadores e retalhistas

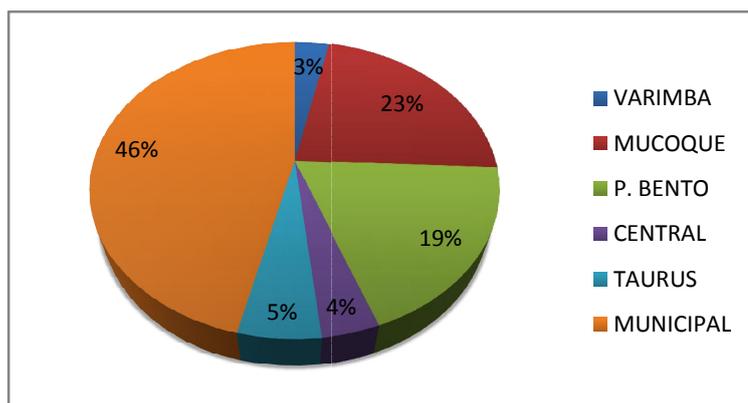


Fonte: Autora, através de dados colhidos no campo

De acordo com o gráfico, a receita total dos pescadores no ano 2014 foi de 2.567.565Mts, esta esteve muito dispersa da média visto que teve uma média de 256.756,5Mts com um coeficiente de variação de 77,8%, a receita mínima foi de 122.850,0Mts ao passo que a receita máxima foi de 798.525Mts. A nível dos revendedores a receita total foi de 51.652.283Mts, com uma média de 833.101,3Mts, um coeficiente de variação de 140,2%, uma receita mínima de 105.300Mts e uma máxima de 4.738.500Mts/individuo. É de salientar que no ano seguinte verificaram-se mudanças significativas a nível da mesma, tendo havido crescimento da receita dos pescadores na ordem de 7,8% e a nível dos retalhistas a taxa de crescimento foi de 0,04%, esteve muito dispersa da média, com um coeficiente de variação de 140,2%, a

receita mínima cresceu 100% devido a maior disponibilidade do pescado de valor médio nos mercados e a subida do preço do pescado de alto valor comercial, a nível da receita máxima não se registou alteração este resultado vai de acordo com SAMUELSON & NORDHAUS (2005), ao afirmarem que receita é produto da multiplicação de uma determinada quantidade pelo seu respectivo preço.

Gráfico 2: Distribuição percentual das receitas nos principais mercados



Fonte: Autora, através de dados colhidos no campo

O mercado Municipal localiza-se próximo da terminal rodoviária interprovincial e peri-urbana do distrito centro de pesca mais próximo é o de Mabandene e dista 1,3km. De acordo com o gráfico este deteve 46% da receita no período em análise, esta foi influenciada pelo maior número de retalhistas que operam neste mercado, localização, o poder de compra dos compradores/consumidores, quantidade e qualidade do pescado comercializado. É de salientar que a qualidade do pescado desempenha um papel crucial para a determinação do preço, visto quanto maior for a qualidade maior é o preço. O mercado Varimba localiza-se no interior da área municipal, a quatro quilómetros das terminais de transportes, o centro de pescas mais próximo é o de 19 de Outubro e dista 6km. Este mercado teve menor parcela com uma percentagem de 3% de receita. Até no ano 2015 contava com 10 retalhistas, os retalhistas deste mercado comercializaram em média 17,6kg/dia/retalhista ao preço médio de 90Mts/kg, este facto resulta da localização do mercado, poder de compra dos compradores/consumidores, qualidade e quantidade do pescado comercializado.

Rácio Benefício/Custo

Tabela 6: Determinação do Rácio Benefício/Custo

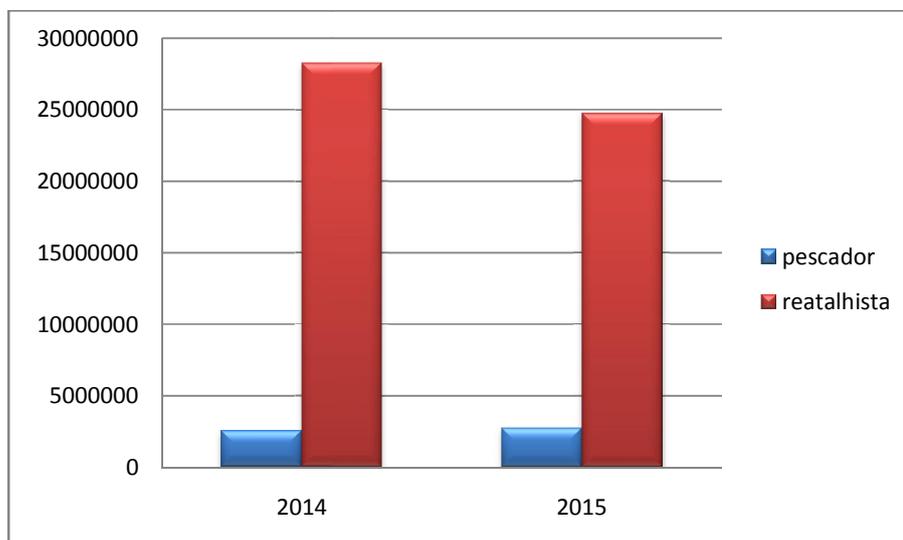
Descrição	2014	2015
Receita total	51.652.283	51.674.220
Custo total	23.388.183	26.953.290
B/C	2,21	1,92

Fonte: Autora, através de dados colhidos no campo

De acordo com a tabela no ano 2014 a relação benefício/custo foi de 2,21, este resultado é maior que 1, ou seja, cada um metical investido na comercialização do pescado, gerou aproximadamente cerca de dois meticais vinte e um centavos de benefício, com um coeficiente de variação de 15,7%. Os cálculos feitos para o ano seguinte mostram que o benefício/custo reduziu para 1,92 continuando acima de um, e cada um metical investido no ano 2015 gerou aproximadamente um metical noventa e dois centavos de benefício, embora, o benefício/custo tenha reduzido de um ano para o outro na ordem de 0,29, o mesmo continuou a superar os custos de comercialização, o que mostra que a comercialização do pescado no município de Vilankulo foi viável, este resultado é sustentado por FOSTER (2004), ao afirmar que os benefícios esperados dos gastos devem superar os custos esperados facto também sustentado por SILVA (2008), ao afirmar que o rácio benefício/custo deve obedecer o método incremental.

Lucro total

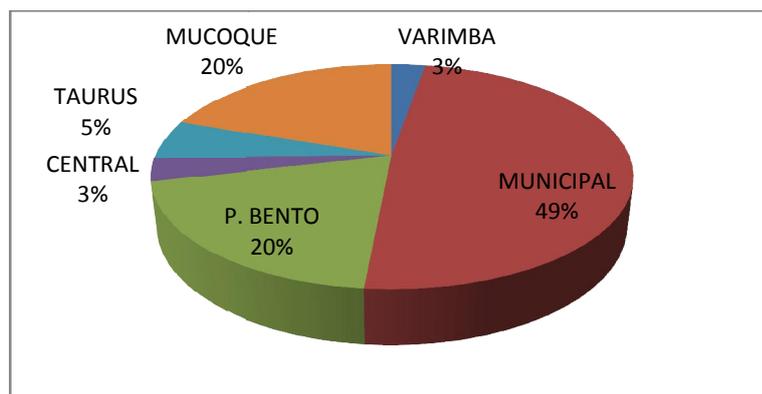
Gráfico 3: Lucros totais dos pescadores e retalhistas



Fonte: Autora, através de dados colhidos no campo

De acordo com os resultados do período em análise, a nível dos pescadores a receita total é igual ao lucro, pois estes afirmaram que não incorriam custos relacionados á comercialização, visto que o pescado capturado é comercializado aos retalhistas no local de desembarque. O gráfico acima ilustra que em 2014, o resultado económico da comercialização do pescado a nível dos retalhistas no município de Vilankulo totalizou 28.264.099,5Mts, esteve muito disperso da média de 455.872,6Mts com um coeficiente de variação de 151,8%, tendo sido 40.365,0Mts o lucro mínimo e lucro máximo 2.711.475,0Mts. No ano 2015 verificou-se decréscimo do lucro total na ordem de 12,5% este decréscimo é resultado da redução das quantidades e qualidade do pescado por parte de alguns retalhistas, porém houve crescimento do lucro mínimo na ordem de 73,9%, incremento de 0,65% do lucro máximo 12,5% de redução da média este resultado vai de acordo com SANDRONI (1999), ao afirmar que o lucro é o retorno positivo de um investimento feito por um indivíduo ou uma pessoa nos negócios.

Gráfico 4: Distribuição dos lucros pelos mercados



Fonte: Autora, através de dados colhidos no campo

O gráfico exposto mostra que em termos da distribuição dos lucros, o mercado Municipal, foi o de maior peso com 49% o que corresponde a 12.981.332,2Mts sendo que o mercado Varimba teve menor peso com 389.440,0Mts o que corresponde a 3%. Os factores que determinaram esta distribuição estão relacionados: a quantidade e preço, o preço por sua vez foi influenciado pela qualidade do pescado comercializado.

Lucratividade

A Comercialização do pescado no município de Vilankulo possibilita uma taxa de lucratividade média de 54,7%, em relação à receita total, com um coeficiente de variação de 14,7%, uma lucratividade mínima de 33,6% e uma máxima de 67,3 % no ano 2014, tendo no ano 2015 reduzido cerca de 6,9%, com um coeficiente de variação de 15,5% uma lucratividade mínima de 28,5% e 59,7% de máxima.

Rentabilidade

A comercialização do pescado proporcionou a seus retalhistas no ano 2014 uma rentabilidade média de 120,8% com um coeficiente de variação de 26,5%, sendo a mínima 50,5% e uma rentabilidade máxima de 205,8%. No ano 2015 a rentabilidade média foi de 91,7%, esteve muito disperso com um coeficiente de variação de 28,2%, uma mínima de 39,8% e 148,3 de máxima, portanto, esse resultado é muito satisfatório, a manutenção destes níveis de rentabilidade estáveis garante um retorno seguro dos investimentos realizado este resultado vai de acordo

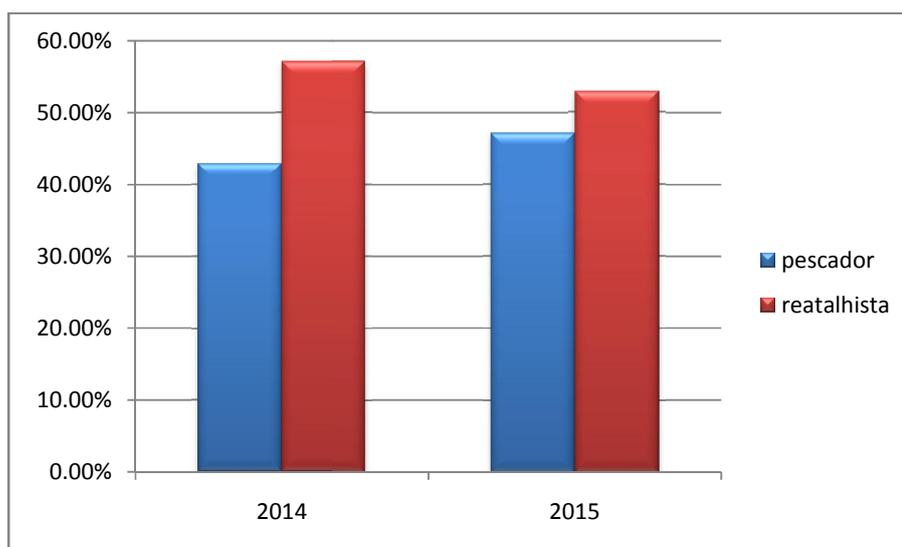
com NUNES(2009), ao afirmar que a rentabilidade é um indicadoreconómico que representa a taxa de retorno (ou rendimento) de determinada grandeza.

Margens de comercialização do pescado

De acordo com o estudo feito, para a fixação do preço pescadores e retalhistas utilizam métodos não-sistemáticos, onde estes avaliam os preços praticados pelos que tiverem chegado primeiro ao mercado nesse dia e tentam marcar um valor próximo ou igual de acordo com a qualidade do pescado e os custos por eles suportados no processo de aquisição do pescado, este método vai de acordo com BARROS (2007), quando afirma que um exemplo de método não-sistemáticos seria a prática de seguir de perto o preço dos competidores mais fortes ou mais próximos.

Margem total relativa

Gráfico 5: Margens de comercialização



Fonte: Autora, através de dados colhidos no campo

O gráfico acima mostra que no ano 2014 a margem total relativa foi de 57,1% para o retalhista e 42,9% para os pescadores. No ano seguinte, a margem relativa teve uma variação de -4,4% para os retalhistas e 4,4% para os pescadores. Este crescimento da margem dos pescadores foi motivado pela redução natural das quantidades capturadas, daí que os pescadores, marcavam os preços de acordo com a disponibilidade e qualidade

do peixe, enquanto que, os retalhistas enfrentavam a concorrência em termos de preço e qualidade do pescado proveniente dos centros de pescas circunvizinhos.

4.2.2. Aplicação dos lucros para compra de bens

O ser humano por natureza é um ser social, tem ambições que muitas vezes estão aliadas as suas necessidades, estas são ilimitadas, independentemente da classe social e do poder de compra do indivíduo, tanto no meio rural, assim como no urbano, os bens de consumo estão sempre em primeiro lugar para todas pessoas, os quais se destinam a satisfazer as necessidades humanas. Para que as pessoas tenham liberdade para adquirir os bens de consumo é necessário que disponham de recursos financeiros, para tal a renda é indispensável para a satisfação dessas necessidades bem como para a aquisição de bens.

Durante o período em análise, foram observadas mudanças significativas no padrão de consumo das famílias, os rendimentos obtidos da comercialização do pescado foram usados para a aquisição de bens de consumo como alimentos, vestuário, utensílios domésticos e poupança como é o caso da poupança rotativa (xitique).

Tabela 7: Descrição dos bens duráveis adquiridos no período em análise

Descrição	Pescadores	Retalhistas	Total	Porcentagem (%)
Telemóvel	6	34	40	56
Televisor	3	13	16	22
Rádio	9	20	29	40.3
Utensílios	-	50	50	69
Poupança (Xitique)	2	50	52	72.2

Fonte: Autora, através de dados colhidos no campo

Observa-se na tabela que, o telemóvel, a rádio e utensílios são os bens mais adquiridos pelos pescadores e retalhistas, sendo que dos 72 inqueridos, 40 que corresponde 56%, 29 o correspondente a 40,3% e 50 que corresponde 69% deles possuem estes bens de consumo. Os mesmos são importantes na medida que pescadores e retalhistas tem acesso a informação de tudo que acontece a sua volta, bem como, o acesso ao que acontece pelo mundo fora. O televisor foi adquirido por 16 entrevistados o

correspondente a 22% durante o período em análise, facto que também mostra a preferência dos pescadores e retalhistas por este bem. Este estudo revelou que mais de 51% dos entrevistados possuem pelo menos um bem durável e que mais de 72% dos intervenientes da cadeia de comercialização que actuam no subsector da pesca artesanal fazem poupança este resultado converge com POZENATO & GIRON (2008), ao afirmarem que as mudanças socioeconómicas que ocorrem no meio rural ou urbano resultam em parte das novas tecnologias inseridas nas formas de vida de seus habitantes, alterando o modo de falar, de se vestir, no consumo, nos valores éticos e morais e nas relações familiares.

4.3. Análise FOFA

Tabela 8: Principais pontos da análise FOFA obtidos da análise da cadeia de comercialização do pescado no município de Vilankulo.

Pontos fortes	Pontos fracos
<ul style="list-style-type: none">• Disponibilidade de estrutura do FFP que incentiva os pescadores artesanais e comerciantes a organizarem-se em associações;• Avanços obtidos com a comercialização do pescado por alguns pescadores, servindo como exemplo e atractivo para outros empreendimentos;• Existência de mercado interno capaz de absorver a produção pesqueira.	<ul style="list-style-type: none">• Não existem localmente representantes comerciais;• Não existe uma tabela fixa de preços do pescado;• Dificuldades de aquisição do pescado no período defeso;• Falta de sistemas de conservação no mercado.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">• Geração de emprego e renda, contribuindo para o desenvolvimento social do município e da população que dedica-se aos vários segmentos da cadeia de comercialização.	<ul style="list-style-type: none">• Diminuição do poder de compra e consumo no período escassez, devido a subida dos preços;

V.CONCLUSÕESE RECOMENDAÇÕES

5.1.Conclusões

No âmbito da abordagem da pesquisa intitulada análise da cadeia de comercialização do pescado no Município de Vilankulo, conclui-se que na cadeia de comercialização do pescado no município de Vilankulo, participam pescadores, retalhistas e consumidores, geralmente os retalhistas servem de elo de ligação entre pescadores e consumidores; o pescado comercializado é adquirido nos centros pesqueiros de: Mabandene e 19 de Outubro no período indefeso (15 de Abril à 14 de Janeiro) e no período indefeso nos centros pesqueiros circunvizinhos, para a conservação pescado os Retalhistas usam o resfriamento e a salgagem. Dos diferentes níveis de canais de comercialização o mais vantajoso para os pescadores é o nível zero porque neste nível teriam a vantagem de negociar o preço do pescado directamente com o consumidor e ambos sairiam a ganhar, diferentemente o canal de comercialização que intervêm retalhistas.

As variáveis económicas mostram que no período em análise o custo total de comercialização no ano 2014 foi de 25.410.821Mts, o mesmo teve um incremento de 15,2% do ano 2014 para 2015, este é resultado do aumento do preço do pescado que é o principal produto a nível dos pescadores, que apresentaram como motivos para tal o baixo volume das capturas e o alto custo de vida. As receitas sempre foram superiores aos custos, verificou-se um crescimento das mesmas na proporção de 7,8% para os pescadores e 0,04% para os retalhistas, este desnível do crescimento das receitas entre pescadores e retalhistas deveu-se a grande concorrência que verificou-se a nível dos retalhistas que comercializavam o pescado proveniente dos vários centros de pescas, redução da quantidade e/ou qualidade do pescado e venda do peixe a quem do seu valor real por aversão aos custos de conservação, contudo a receita mínima cresceu 100% devido a maior disponibilidade do pescado de valor médio. De um modo geral as variáveis económicas mostram que a comercialização do pescado é rentável no município de Vilankulo apresentando uma rentabilidade média para os dois anos de 106,3%, este grau é muito satisfatório na medida que garante um retorno dos investimentos e uma margem média de comercialização de 59,7mt/kg/individuo. Com os lucros provenientes da comercialização, os inqueridos conseguiram satisfazer

necessidades básicas, adquirir bens duráveis e 72% dos inqueridos faz poupança rotativa (Xitique).

A comercialização do pescado no município de Vilankulo tem como principal fortaleza a existência do mercado local capaz de absorver todo o pescado proveniente da pesca artesanal, a diminuição do poder de compra e consumo no período escassez, devido a subida dos preços constitui principal ameaça.

5.2. Recomendações

5.2.1. Aos pescadores:

- Que apostem no canal de comercialização de nível zero.

5.2.2. Ao Governo Distrital:

- Que crie parcerias com empresas que comercializam materiais de pesca, de modo que os pescadores possam ter acesso ao crédito dos mesmos, de forma a garantir o desenvolvimento da pesca;
- Construção de infra-estruturas de comercialização;
- Construção de indústria processadora do peixe.

5.2.3. Aos retalhistas:

- Melhorar o sistema de conservação;
- Dividir o pescado em moldes, e usar um método de conservação para cada molde;
- Aos não associados, filiem-se as associações, para que possam obter facilmente financiamento junto as instituições financeiras de modo a tornar sua actividade desenvolvida e lucrativa.

CAPÍTULO VI. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Afonso, P. S. **Country review: Mozambique in DeYoung, Review of the state of world**, 2006;
- ANDRADE, R., CALAPEZ, T., MELO, P., REIS, E. (1997). **Estatística Aplicada**. Lisboa: Edições Sílabo;
- ARGENTA, FERNANDO FRONER. **Tecnologia de pescado: características e processamento da matéria-prima**. Porto Alegre, 2012;
- BACELAR, S. M. (1999). **Amostragem nas ciências sociais-Relatório de aula teórico-prática**. Porto, Portugal: Faculdade de Economia, Universidade do Porto;
- BARROS, G.S.A.C. (2001). **Economia da comercialização agrícola**. CEPEA/LESESALQ/USP;
- CABRAL, J.E.O (2001). **O Processo de Comercialização do Pedúnculo e da Amêndoa da castanha de Caju**. Brasileira, Fortaleza – Brasil;
- CAMARGO, Camila. (2007) **Planeamento Financeiro**. 2. ed. Curitiba.
- **Diploma Ministerial n.º 162/2014 de 1 de Outubro**;
- FERREIRA *et al.* (2002) **PESCADOS PROCESSADOS: MAIOR VIDA-DEPRATELEIRA E MAIOR VALOR AGREGADO**, LAVRAS-MG;
- GIL, A. C. (2008). **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª Edição. São Paulo: Atlas SA;
- HOGUANE, ANTÓNIO MUBANGO (2007). **Perfil Diagnóstico da Zona Costeira de Moçambique**;
- LEONE, GEOGE S. G. (1997). **Curso de contabilidade de custos**, São Paulo: Atlas;
- MENDES, JUDAS TADEU GRASSI. (2007). **Comercialização Agrícola**, Pato Branco – PR;
- OETTERER, MARILIA.(2010). **Tecnologia do pescado**;
- PINDYCK, ROBERT S, DANIEL, Rubinfeld. (2006). **Microeconomia: os temas da microeconomia**, São Paulo: pearson preticehall;

- **PLANO ESTRATÉGICO DO DESENVOLVIMENTO DO DISTRITO-VILANKULO**, (2011). Vilankulo, Outubro;
 - PORTER, Michael E. (1989). **Estratégia Competitiva**, Grupo MBS, São Paulo;
 - REARDON, T., CRUZ, M. E. e BERDEGUÉ, J. (1998). **Los pobres en el desarrollo de empleo rural no agrícola en América Latina: paradojas y desafíos**. III Simpósio Latino-americano de Investigación y Extensión de Sistemas Agropecuarios. Centro Internacional de la Papa. Lima, Peru;
 - REZENDE, A. M.; AGUIAR, D. R. D. (1996). **Comercialização, Complexo, Agro-industrial e Marketing Rural**. Brasília, DF: ABEAS;
 - ROSA, M. P. (2001) **Os factores que influenciam na qualidade do pescado**. São Paulo. Pós-Graduação em Saúde Pública. Universidade de São Paulo, Faculdade de Saúde Pública;
 - SAMUELSON, A. 1999. **Economia**. 16 Ed. Lisboa: McGraw-Hill;
 - SANDRONI, Paulo. (1999). **Novíssimo Dicionário de Economia**. 1ª Edição, BestSeller, São Paulo;
 - SEPULCRI, O. TRENTO, E. J. **O Mercado e a Comercialização de Produtos Agrícolas**. Curitiba: EMATER, 2010;
 - SHATZ, Yuri. **Fish stat Plus, Versao 2.30**. FAO, Rome. 2002;
 - SOUTO, Mário. **Governança e Crescimento Partilhado das Pescas no Sudoeste do Oceano Índico em Moçambique**. SWIOFish. Maputo, Julho 2014;
 - WAQUIL *et al*, **Mercados e comercialização de produtos agrícolas**, 2010;
 - WERNKE, RODNEY. (2008). **Gestão de custos: uma abordagem prática**. São Paulo: Atlas;
- ZOOTECNIA. (S/d) <http://www.portaldopeixe.com>.

APÊNDICES E ANEXOS

Apêndice nº 1: Questionário



UNIVERSIDADE
E D U A R D O

MONDLANE ESCOLA SUPERIOR DE DESENVOLVIMENTO RURAL (ESUDER)

O presente questionário tem como objectivo de estudo, Analisar a cadeia de comercialização do pescado no Município de Vilankulo, para efeito de elaboração de trabalho de fim do curso para o grau de licenciatura em Comunicação e Extensão Rural pela Escola Superior de Desenvolvimento Rural-Vilankulo, cujo tema é Análise da cadeia de comercialização do pescado no Município de Vilankulo no período entre 2014 e 2015

SECÇÃO A: DADOS PESSOAIS

1. Nome do entrevistado:.....
2. Idade:.....
3. Data:.....
4. Local:.....

5. Sexo:

a)Feminino.... b)Masculino.....

6. Ocupação:

a)Pescador..... b) Comerciante...

SECÇÃO B: DESCRIÇÃO DA CADEIA DE COMERCIALIZAÇÃO DO PESCADO

1. Que tipo de pescado comercializa?

.....

2. Onde é que arranja o Pescado que vende?

a) Compra na praia.....

b) Pesca.....

c) Compra no mercado...

d) Outros.....

3. E se for no mercado/praias, indique o nome do local de aquisição?

.....

4. Qual é o critério usado para atribuição das bancas?

5. O mercado dispõe de algum sistema para a conservação para o pescado?

a) Sim..... b) não.....

2.1. Se sim, qual?.....

6. Que métodos usa para a conservação do pescado?

1) Secagem.....

2) Conservação pelo uso do frio.....

3) Salgagem.....

4) Defumação.....

5) Outros.... quais.....

Como tem feito?.....

SECÇÃO C: MARGENS DE COMERCIALIZAÇÃO DO PESCADO

- 1) Que quantidades de pescado compra/pesca?
 - 1) A que preço/kg? (**intermediários**)
 - 2) Tem suportado custos relacionados a comercialização do pescado? Se sim, Quais?
 - 3) Que quantidades de Pescado consegue vender?
 - a) A que preço/kg?
 - 4) Consegue vender todo pescado no mesmo dia?
 - a)Sim..... b)não.....

SECÇÃO D: DIFICULDADES ENFRENTADAS NA COMERCIALIZAÇÃO DO PESCADO

1. Tem enfrentado dificuldades na comercializaçãodo Pescado?
 - 1) No processo de aquisição....
 - 2) Transporte....
 - 3) Conservação....
 - 4) Comercialização.....
 - 5) Saneamento.....
2. Que mudanças foram verificadas na sua vida e que resultaram da comercialização do pescado?

Apêndice nº2: Tabelas

Tabela 1: Resumo do perfil dos entrevistados

Sexo	Frequências	%
Masculino	20	28
Feminino	52	72
Total	72	100

Apêndice nº3: Cálculo das variáveis económicas

Cálculos referentes às variáveis económicas no ano 2014

Cálculos referentes a Receita dos pescadores

$$RT = Q \times P$$

$$RT = 52474,5 \text{ kg} \times 45,5 \text{ Mts/kg}$$

$$RT = 2567565 \text{ Mts}$$

Cálculos referentes a Receita dos Retalhistas

$$CT = Cf + Cv$$

$$CT = 163215,0 \text{ Mts} + 25247606 \text{ Mts}$$

$$CT = 25410821,0 \text{ Mts}$$

$$RT = Q \times P$$

$$RT = 395401,5 \times 106,1 \text{ Mts}$$

$$RT = 51652283,0 \text{ Mts}$$

Cálculos referentes ao Rácio Benefício/custo

$$BC = \frac{\Sigma \text{Receita Total}}{\Sigma \text{Custo Total}}$$

$$BC = \frac{51652283,0}{25410821,0} = 2,04$$

Cálculos referentes ao Lucro total dos retalhistas

$$\pi = RT - CT$$

$$\pi = (51652283,0 - 25410821,0) \text{ Mts}$$

$$\pi = 28264099,5 \text{ Mts}$$

Cálculos referentes a Lucratividade

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{lucrototal}}{\text{receitatotal}} \times 100 \%$$

$$\text{Lucratividade} = \frac{28264099,5 \text{ Mts}}{51652283,0} \times 100 \%$$

$$\text{Lucratividade} = 54,7\%$$

Cálculos referentes a Rentabilidade

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{lucrototal}}{\text{custototal}} \times 100 \%$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{28264099,5 \text{ Mts}}{25410821,0} \times 100 \%$$

$$\text{Rentabilidade} = 120,8\%$$

Cálculos referentes a participação do pescador

$$MP = 100 - MR$$

$$MP = 100 - 57,1\%$$

$$MP = 42,9\%$$

Cálculos referentes as margens do retalhista

Margem de comercialização = preço pago pelo consumidor – preço recebido pelo produtor

$$Mc = (106,1 - 45,5) \text{ Mts}$$

$$Mc = 60,6 \approx 61$$

$$\text{Margem total relativa} = \frac{\text{preço pago pelo consumidor} - \text{Preço recebido pelo pescador}}{\text{preço pago pelo consumidor}} \times 100\%$$

$$\text{Margem total relativa} = \frac{(106,1 - 45,5)}{106,1} = 57,1\%$$

Cálculos referentes as variáveis económicas no ano 2015

Cálculos referentes a Receita dos pescadores

$$RT = Q \times P$$

$$RT = 51070,5 \text{ kg} \times 52 \text{ mts/kg}$$

$$RT = 2766757,5 \text{ Mts}$$

Cálculos referentes aos custos dos Retalhistas

$$CT = Cf + Cv$$

$$CT = 163215,0 \text{ Mts} + 26790075 \text{ Mts}$$

$$CT = 26953290,0 \text{ Mts}$$

Cálculos referentes a Receita dos Retalhistas

$$RT = Q \times P$$

$$RT = 399613.5 \text{kg} \times 110,4 \text{mts/kg}$$

$$RT = 51674220 \text{ Mts}$$

Cálculos referentes ao Rácio Benefício/custo

$$BC = \frac{\Sigma \text{Receita Total}}{\Sigma \text{Custo Total}}$$

$$BC = \frac{251674220 \text{ Mts}}{26953290,0}$$

$$BC = 1,92$$

Cálculos referentes ao Lucro total dos retalhistas

$$\pi = RT - CT$$

$$\pi = (51674220 - 26953290,0) \text{Mts}$$

$$\pi = 24720930,0 \text{Mts}$$

Cálculos referentes a Lucratividade

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{lucrototal}}{\text{receitatotal}} \times 100 \%$$

$$\text{Lucratividade} = \frac{24720930}{51674220 \text{ Mts}} \times 100 \%$$

$$\text{Lucratividade} = 47,8\%$$

Cálculos referentes a Rentabilidade

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro total}}{\text{Custo total}} \times 100 \%$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{24720930}{26953290,0} \times 100 \%$$

$$\text{Rentabilidade} = 91,7\%$$

Cálculos referentes a participação do pescador

$$\text{MP} = 100 - \text{MR}$$

$$\text{MP} = 100 - 52,9\%$$

$$\text{MP} = 47,1\%$$

Cálculos referentes as margens do retalhista

MR = preço pago pelo consumidor – preço recebido pelo produtor

$$\text{MR} = (110,4 - 52) \text{ Mts}$$

$$\text{MR} = 58,4 \text{ Mts}$$

$$\text{Margem total relativa} = \frac{\text{Preço de venda ao intermediário} - \text{Preço recebido pelo produtor}}{\text{Preço de venda ao intermediário}} 100\%$$

$$\text{Mr} = \frac{110,4 - 52}{110,4} \times 100\%$$

$$\text{Mr} = 52,9\%$$