

P.P.V.63

338 (679-9)

PPV.63

33
Map



UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE

FACULDADE DE AGRONOMIA E ENGENHARIA FLORESTAL

Departamento De Produção E Protecção Vegetal

Secção de comunicação e sociologia Rural



Trabalho de tese

***PAPEL DO MERCADO DA MALANGA NA
COMERCIALIZAÇÃO AGRÍCOLA***

Autor: MAPILELE, Pascoal Nelson

Supervisora: Eng^a Nícia Givá

Maputo, Abril de 2007

Menith

AGRADECIMENTOS

A todos os que directa ou indirectamente contribuíram para que eu tivesse a oportunidade de fazer este trabalho, vão os meus sinceros agradecimentos.

Agradeço em especial à minha esposa, à minha filha, à supervisora, Eng^a Nícia Givá pelo tempo e paciência que dedicou a este trabalho, e à Eng^a Janine que pela primeira vez propôs o tema no âmbito das jornadas científicas.

Papel do Mercado Malanga na comercialização agrícola

DEDICATÓRIA

Em memória do meu pai Estevão Nelson Mapilele.

SUMÁRIO

O presente trabalho enquadra-se nos trabalhos de tese de licenciatura previstos na Universidade Eduardo Mondlane, neste caso para o curso de Agronomia com orientação em Extensão Rural.

O objectivo do trabalho é estudar o papel do Mercado da Malanga na comercialização agrícola, pois contrariamente aos outros mercados da cidade do Maputo, regista muita enchente e é motivo de reclamação pelos moradores da vizinhança, devido ao bloqueamento de acesso às residências, fezes nas varandas e outro tipo de desordem pública. Entretanto, os outros mercados do município apresentam espaços vazios, mas há vendedores de produtos agrícolas nas ruas.

O estudo reveste-se de grande importância pois, os problemas atrás referidos têm sido repetidamente notórios em cada mercado onde o Município concentra a venda grossista, como aconteceu no passado com os Mercados Central e Fajardo, mas as razões não são conhecidas. Mesmo assim, para mitigar estes problemas de salubridade na Malanga, o Município pretende transferir os grossistas para Zimpeto.

Este trabalho estuda o papel do Mercado da Malanga que é o que presentemente ostenta os grossistas, de modo a identificar alternativas para mitigar e evitar mais uma transferência espacial dos problemas atrás referidos.

A metodologia usada para a recolha de dados primários consistiu em entrevista a uma amostra estratificada dos diversos intervenientes directos na comercialização, bem como aos outros intervenientes como a Direcção Municipal de Mercados e Feiras, a comissão de vendedores, polícia municipal e o próprio fiscal do mercado.

Os dados foram organizados com recurso ao programa SPSS e analisados pelos métodos de coincidência de padrões.

Devido à necessidade de considerar factores sociais na tomada de decisão, usou-se o método dialéctico para dar recomendações.

O estudo conclui que o mercado regista muita enchente porque no processo de venda, participam outros intervenientes diferentes do vendedor e comprador, os quais fornecem mercadoria a operadores não inscritos no mercado. Por outro lado, é o mercado que alimenta os outros mercados em produtos agrícolas particularmente em hortícolas mas não possui um serviço organizado que permita abastecer aos retalhistas sem necessidade de estes se concentrarem neste mercado, o que é agravado pelo facto de não possuir infra-estruturas exigidas para a venda a grosso, como locais para o descarregamento, armazéns e parques de estacionamento, pois não está concebido para tal.

Em relação ao plano de transferência do mercado, o estudo considera pertinente, porém o novo local não é ideal, pelas seguintes razões:

- Sendo um mercado grossista devia estar situado num local que facilita o abastecimento ao diversos mercados retalhistas, através de alternativas de acesso, situação que não se observa em Zimpeto dado que a Avenida de Moçambique seria a única via.

- As primeiras horas da manhã e as últimas do dia solar em que se regista maior movimento no mercado, coincidem com o maior movimento de outros utentes da Avenida de Moçambique, como os transportes urbanos e os de ligação da capital com as províncias do país e distritos do sul da província de Maputo. Esta sobreposição, afectará o trânsito com consequência na ordem pública, agravada pelo facto de no local a estrada fazer curva.

Em termos de espaço e localização que facilitaria o abastecimentos aos outros mercados tanto da parte antiga da cidade como da zona de expansão, existe em Hulene o espaço anteriormente previsto para cemitério, onde pode se analisar a possibilidade de projectar o mercado grossista com as características modernas exigidas pela União Mundial de Mercados Grossistas, para responder a demanda e beneficiar de apoios dos parceiros de Moçambique na erradicação da pobreza absoluta. No entanto, para validar esta recomendação é necessário um estudo específico envolvendo um técnico de planeamento físico e outro de permacultura que possa prever com maior precisão o aumento do trânsito na avenida de Moçambique e a viabilidade de uso do espaço de Hulene.

Considerando a urgência necessária para aliviar as infra-estruturas que estão a ser pressionadas no actual espaço ocupado pelo mercado, o novo local pode ser usado provisoriamente, mas transferir apenas os grossistas de hortícolas pois para os importadores de batata, cebola e ovos seria penalizá-los pois o novo local está fora da zona comercial e as mesmas modalidades de venda usadas por eles verificam-se em outros mercados como Central e Fajardo, além de que a causa dessa transferência resolve-se pela retirada dos grossistas que voluntariamente se dispõem a sair.

INDICE

AGRADECIMENTOS	I
DEDICATÓRIA.....	II
SUMÁRIO	III
LISTA DE ABREVIATURAS.....	VIII
LISTA DE TABELAS	IX
LISTA DE FIGURAS.....	IX
1. INTRODUÇÃO.....	1
1.1 Problema e justificação do estudo	3
1.2. Objectivos.....	5
1.2.1. OBJECTIVO GERAL.....	5
1.2.2. OBJECTIVOS ESPECÍFICOS.....	5
2. MOLDURA TEÓRICA.....	6
2.1. Comercialização agrícola.....	6
2.2. Mercado agrícola.....	6
2.2.1. NÍVEIS DE MERCADOS AGRÍCOLAS	6
2.2.3. CLASSIFICAÇÃO DE MERCADOS NA CIDADE DE MAPUTO.....	7
2.1.3. PAPEL E COMPOSIÇÃO DO MERCADO GROSSISTA.....	8
2.2.2. FUNÇÕES DE COMERCIALIZAÇÃO	10
3. METODOLOGIA.....	14
3.1. Localização da área de estudo	14
3.2. Preparação da pesquisa.....	14
3.2. Trabalho de campo	14
3.2.1. DEFINIÇÃO DA AMOSTRA	14
3.2.2. TÉCNICAS DE RECOLHA DE DADOS	16
3.3. Método de análise de dados.....	18
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	19
4.1. Atribuições do mercado da Malanga e planos do município em sua relação.....	19
4.1.1. ATRIBUIÇÕES DO MERCADO	19
4.1.2. PLANO DO MUNICÍPIO EM RELAÇÃO AO MERCADO.....	20
4.2. Intervenientes na comercialização de produtos agrícolas e sua acção sobre a salubridade do meio.....	25
4.3. Razões que levam os intervenientes a preferirem este Mercado	28
4.3.1. RAZÕES EVOCADAS PELOS INTERVENIENTES.....	28
4.3.2. COMPORTAMENTO DOS INTERVENIENTES COM A RETIRADA DE GROSSISTAS	29
4.3.3. PERCEPÇÃO DOS DIFERENTES INTERVENIENTES EM RELAÇÃO À TRANSFERÊNCIA DE GROSSISTAS E RETALHISTAS;.....	31
4.4. Fluxo de mercado dos produtos.....	33
4.5. Funções de comercialização	34
4.5.1. TRANSPORTE.....	34

4.5.2. ARMAZENAMENTO	35
4.5.3. INFORMAÇÃO	35
4.5.4. RISCOS	36
4.5.5. PROCESSAMENTO	36
4.5.6. CAPITAL	37
<u>5.CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....</u>	39
5.1. Conclusões.....	39
5.2. Recomendações	40
<u>BIBLIOGRAFIA.....</u>	43
<u>ANEXO 1: GUIÃO PARA ENTREVISTAS.....</u>	45
<u>ANEXO 2: QUESTIONÁRIO PARA O MUNICÍPIO</u>	48

LISTA DE ABREVIATURAS

CaM – Câmara Municipal.

CM – Conselho de Ministros.

CoM – Conselho Municipal.

CPAC – Comissão Permanente da Assembleia da Cidade.

DEA – Direcção de Economia Agrária.

DMMF – Direcção Municipal de Mercados e Feiras.

DNCI – Direcção Nacional do Comércio Interno.

FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations.

ICM – Instituto dos Cereais de Moçambique.

MADER – Ministério da Agricultura e Desenvolvimento Rural.

MAP – Ministério da Agricultura e Pescas.

MIC – Ministério da Indústria e Comércio.

MICOA – Ministério para Coordenação da Acção Ambiental.

MICTUR – Ministério da Indústria Comércio e Turismo.

MINAG – Ministério da Agricultura.

PARPA – Plano de Acção para a Redução da Pobreza Absoluta

SETSAN – Secretariado Técnico para a Segurança Alimentar e Nutrição

SIMA – Sistema de Informação de Mercados Agrícolas

SIMAB – Sociedade Instaladora de Mercados Abastecedores.

TD – Trabalho de diploma.

TVM – Televisão de Moçambique.

WUWM – World Union of Wholesale Markets (União Mundial De Mercados Grossistas).

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 Composição do mercado grossista.....	9
Tabela 2 Composição da amostra por actividade, sexo e localização em relação ao mercado.....	15
Tabela 3 Técnicas usadas em cada objectivo específico	17
Tabela 4 Área e movimento de mercados grossistas com padrões aceites	22
Tabela 5 Intervenientes na comercialização agrícola	25
Tabela 6 Razões de preferência evocadas pelos intervenientes.....	28
Tabela 7 Atitude tomada com retirada de grossistas em camiões	29
Tabela 8 Variação de afluência de utentes com retirada de grossistas em camiões	30
Tabela 9 Variação do volume de vendas com retirada de grossistas em camiões	31
Tabela 10 Parecer dos intervenientes ao plano de transferência de grossistas	31
Tabela 11 Avaliação dos intervenientes ao plano de transferência de retalhistas	32
Tabela 12 Fluxo de mercado dos produtos comercializados	33

Lista de figuras

Figura 1 Mercado grossista da Região do Noroeste (Fonte: SIMAB, 2004).....	10
Figura 2 Esquema de viabilidades de abastecimento a partir de Zimpeto e Hulene.....	24

1. INTRODUÇÃO

A comercialização é um processo que envolve integrações entre agentes económicos através de instituições apropriadas. Uma importante instituição no sistema de comercialização é o mercado. É no mercado onde 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 (Barros, 2004)

O processo da transferência do produto agrícola da machamba para o consumidor é geralmente referido como **fluxo de mercado** (MAP/MICTUR, 1999).

Neste processo, organizações auxiliares, públicas e privadas, tais como instituições de regulação de mercados, órgãos de pesquisa, bolsas de mercadorias, entre outros, ajudam os diversos intermediários e produtores na realização das suas funções. Estabelecem regras, avaliam e disseminam informações e fazem pesquisa (Barros, 2004).

Em Moçambique, a comercialização agrícola desempenha um papel importante na economia nacional e em particular na melhoria das condições de vida da população, mais de 80% da qual vive da agricultura. É um dos impulsionadores do relacionamento económico entre as zonas rurais e as urbanas (CM, 2001).

No entanto, a estrutura do sector agrário ainda não está preparado para as suas tarefas e a participação do estado que é feita através do Instituto de Cereais de Moçambique, é fraca e todo sistema de comercialização encontra-se fragilizado (Tinga, 2001).

Esta fragilidade tem trazido perdas para a economia nacional. O Malawi onde a intervenção do estado é maior, exporta para o mercado indiano e outros mercados orientais produtos como o feijão bóer, milho branco e alguns produtos agrícolas adquiridos no norte de Moçambique. Alguns dados recentes mostram que produtos industrializados consumidos nessa região do País são importados exactamente da Índia, Hong-Kong e outros países orientais. Basta citar como exemplo que cerca de 150 toneladas de feijão bóer exportado pelos Malawianos foram comprados dos produtores de Nampula e Zambézia na campanha 98/99, enquanto cerca de 30.000 toneladas de milho branco da mesma campanha não tiveram mercado porque o Malawi tinha milho branco, e

os produtores moçambicanos não tinham outro mercado diferente do Malawiano, porque o milho nacional não era competitivo quando comparado com o Sul-africano que entrava para o sul e centro do país a custos mais baixos (Tinga, 2000).

Devido a esta fragilidade da rede de comercialização, e à inoperância do Instituto de Cereais de Moçambique (ICM), os comerciantes informais têm um papel de peso na comercialização agrária (Morgado, 2001).

Estudos feitos pela Faculdade de Agronomia da UEM em 2000, citados por Morgado (2001) indicam que na Cidade de Maputo, 53% dos produtos agrícolas vendidos é através dos comerciantes informais, enquanto que nas províncias de Maputo, Gaza e Inhambane os comerciantes informais contribuem no total de produtos agrícolas vendidos em 76%, 89% e 92% respectivamente,

Os operadores informais recorrem ao transporte rodoviário informal, usando diversos meios tais como tractores, bicicletas, carrinhas e camiões de pequena capacidade até 10 toneladas, elevando os custos de transacção associados ao transporte, (Morgado, 2001). Por outro lado não possuem infra-estruturas para a adequada conservação e processamento, que possa melhorar a imagem dos produtos e torna-los competitivos com os importados.

Neste contexto, o Mercado da Malanga, que será objecto de análise neste trabalho, merece maior destaque na comercialização agrícola por ser bastante concorrido, criando problemas aos utentes e moradores da vizinhança como o bloqueamento de acesso a residências, congestionamentos e péssimas condições higiénicas.

1.1 Problema e justificação do estudo

Durante os últimos 20 anos as trocas internacionais de produtos agrícolas e alimentares aumentaram para mais do dobro, colocando novos desafios e oportunidades para os agricultores dos países desenvolvidos e em vias de desenvolvimento como é o caso de Moçambique, para os diferentes tipos de operadores comerciais e para as instituições com responsabilidade nos domínios da qualidade e segurança alimentar, quer sejam organizações internacionais, governos ou autoridades municipais (WUWM, 2003).

Neste quadro, os mercados grossistas, actuando como plataformas de concentração, detêm um papel importante no ordenamento das actividades logísticas, no espaço urbano e na promoção da qualidade, segurança alimentar e saúde pública das populações que servem, bem como na estratégia de desenvolvimento de alternativas viáveis para a comercialização dos produtos alimentares (WUWM, 2003).

No caso de Moçambique, este papel assume particular importância, pois além de contribuir para alívio da pobreza, é resposta aos desafios impostos pela implementação do protocolo sobre as trocas comerciais na região da Comunidade para o Desenvolvimento da África Austral (SADC), que consiste no estabelecimento de uma zona de comércio livre na região, traduzindo-se na eliminação dos direitos alfandegários até 2012 para todos os membros, à excepção da África do Sul, que é até 2015 (MIC, 2006).

No entanto, verifica-se falta de coordenação entre os diferentes actores dos vários sectores (agricultores empresariais, grupos associativos, ONG's e programas do próprio Estado), que conduz a uma certa anarquia, não havendo definição clara de responsabilidade de quem faz o quê (Tinga, 2001).

Um caso concreto verifica-se na cidade do Maputo, onde muitos vendedores informais abandonam mercados para vender na rua e outros concentram-se no mercado da Malanga causando congestionamentos, bloqueamento de acesso a residências e outros desmandos que põem os moradores da vizinha revoltosos, depois de tantas reclamações como se pode notar no artigo passado na TVM no dia 03/07/2003 intitulado "Alvorço no

mercado Malanga” fazendo referência aos efeitos das reacção de alguns moradores sobre camiões de vendedores.

Este problema é repetidamente notório em todos os locais onde se instala mercado grossista: Em 1994 ocorreu nos arredores do Mercado Central, o que levou a que o município os transferisse para o Mercado Fajardo, onde também o cenário se repetiu e actualmente se verificam na Malanga desde 1998 altura em que os grossistas se instalaram neste mercado por ordens do Município.

Segundo o Conselho Municipal, para mitigar esta desordem vai-se mais uma vez transferir o mercado, desta vez para Zimpeto. No entanto, o estudo feito não foi completo pois, segundo o respondente do município ao inquérito o estudo foi focalizado em infra-estruturas.

O presente trabalho, irá dar um contributo para mitigar estes problemas através do fornecimento de informação da real situação sobre o papel deste mercado, e alternativas para melhorar a salubridade do meio, evitando uma simples transferência espacial do problema.

1.2. Objectivos

1.2.1. Objectivo geral

- Estudar o papel do Mercado da Malanga na comercialização de produtos agrícolas não transformados e alternativas para melhorar a salubridade do meio.

1.2.2. Objectivos específicos

- Identificar as atribuições do Mercado da Malanga e planos do município em relação a este Mercado.
- Identificar a acção dos intervenientes na comercialização de produtos agrícolas sobre a salubridade do meio.
- Identificar as razões que levam os intervenientes a preferirem este Mercado.
- Descrever o fluxo de mercado dos produtos agrícolas comercializados no Mercado da Malanga e sua relação com a salubridade do meio.
- Descrever as funções de comercialização de produtos agrícolas no Mercado da Malanga e sua relação com a salubridade do meio.

2. MOLDURA TEÓRICA

2.1. Comercialização agrícola.

Comercialização agrícola é um processo que compreende uma série de actividade ou funções, através das quais bens e serviços agrários são transferidos dos produtores aos consumidores (Barros, 2004).

Uma importante instituição no sistema de comercialização de produtos agrários é o mercado (Barros, 2004).

2.2. Mercado agrícola

Mercado agrícola é lugar ou contexto no qual compradores e vendedores compram e vendem bens e serviços de natureza agrária (Salvatore, 1997)

Há mercado para quase tudo, para a arte, produtos agrícolas até a poluição pois, a característica essencial de um mercado é a possibilidade de juntar compradores e vendedores para fixarem preços e quantidades de bens e serviços (Samuelson e Nordhaus, 1999).

Para qualquer mercadoria, existem diferentes níveis de mercado (Barros 2004).

2.2.1. Níveis de mercados agrícolas

No caso de produtos agro-pecuários os níveis de mercado são: O mercado do produtor, mercado grossista (abastecedor) e mercado retalhista (Barros, G 2004).

O mercado do produtor é aquele em que os produtores passam sua produção para intermediários. O mercado grossista refere-se ao segmento do mercado, onde as transacções mais volumosas têm lugar. Neste nível ocorrem fundamentalmente transacções entre intermediários, grossistas e retalhistas. O mercado retalhista é aquele onde os consumidores adquirem suas mercadorias (Barros, G. 2004).

Com a passagem da mercadoria por estes níveis, cria-se um fluxo organizado destacando-se a convergência quando os produtos são levados dos produtores aos mercados grossistas e a dispersão quando passam para os consumidores através dos retalhistas.

Na cidade do Maputo, existe o nível grossista e retalhistas que para efeitos de regulação apresentam subdivisões que se traduzem em classificação específica.

2.2.3. Classificação de mercados na cidade de Maputo

A postura sobre mercados da cidade do Maputo é um documento que estabelece as normas de construção, classificação e funcionamento de mercados na cidade, distingue as seguintes classes de mercado:

Mercado regulador (grossista ou abastecedor) – aquele que se destina à concentração de produtos que devem ser distribuídos pelos demais mercados ou vendidos à grosso ao comércio (CaM. 1965).

Não existindo oficialmente podem ser criados pelo município quando achar conveniente (CaM. 1965).

Mercado de bairro – os que em instalações próprias e devidamente organizados, se destinam ao fornecimento de géneros e artigos a determinados sectores da área da cidade (CaM. 1965).

Mercados rurais ou provisórios – os autorizados em qualquer local da via pública ou em prédios pertencentes ou não a particulares, a título transitório, até estarem construídos e em funcionamento os respectivos mercados de bairro (CaM. 1965).

Para os mercados provisórios, podem ser preparadas instalações provisórias para melhor organizarem a venda e defenderem a qualidade e apresentação dos artigos em exposição (CaM. 1965).

CoM (2002), ainda sem aprovação, considera que os mercados rurais já não existem devendo ser substituído por informais.

A proposta de alteração não fornece o conceito de mercado formal e informal, contudo, o oficial do mercado refere que consideram-se **Formais** os mercados que funcionam em locais predefinidos oficialmente para tal, e dependendo do nível de infra estruturas seriam

classificados em mercado do grupo A, B e C. Sendo Mercados **informais** os que estão em sítios não definidos para mercados.

Neste trabalho analisa-se a composição e papel do nível grossista da Malanga.

2.1.3. Papel e composição do mercado grossista.

Papel do mercado grossista

Os mercados grossista desempenham os seguintes papéis:

- Concentrar produtos que devem ser distribuídos pelos demais mercados ou vendidos à grosso ao comércio (CaM, 1965).
- Estabelecer equilíbrio do fluxo de mercado através do ajustamento às condições de oferta e procura. É no mercado grossista, que ocorre o balanceamento entre a demanda e a oferta, na medida em que a produção é concentrada e distribuída de modo a fazer face às necessidades dos consumidores (Barros, 2004).
- Nos últimos anos, os mercados grossistas são cada vez mais plataformas mundiais, orientadas para oferecer mais serviços aos clientes, dispondo de recursos tecnológicos que facilitam e promovem de forma significativa o **ordenamento urbano**, especialmente no que respeita às operações logísticas de aprovisionamento dos espaços urbanos em condições de respeito pelo ambiente e promoção da qualidade de vida das populações (WUWM, 2003).
- Apoio à produção nacional: A existência de um conjunto estratégico de modernos mercados grossistas, devido aos serviços que presta, cria a oportunidade de organizar, promover e valorizar a produção nacional, conferindo-lhe uma dimensão de escala comercial, uma imagem e uma capacidade de afirmação no mercado (SIMAB 2004).

Composição do mercado grossista

A postura de mercados da cidade do Maputo, não faz referência a composição de mercado grossista pois na altura em que a postura foi concebida (1965), não existiam mercados grossistas na cidade. A venda a grosso, era feita aos retalhistas nos seus

mercados pelo agricultor, pescador ou vendedor por atacado, em horas limitadas os quais não pagavam nenhuma taxa. Mas se este grupo de vendedores fossem encontrados a vender directamente ao público dentro do mercado (sem banca alugada) ou fora do mercado até a distância de 50 metros, sofriam multas (CaM. 1965).

No entanto, a União Mundial de Mercados Grossistas recomenda que o mercado grossista seja um espaço físico limitado, dentro do qual operam negócios de alimentos independentes, podendo partilhar instalações onde os bens alimentares são comercializados, armazenados, preparados ou processados, (WUWM 2003).

Assim, o novo Mercado grossista assume-se como um Centro Empresarial Regional, multiprodutos e multinegócios, que engloba o mercado agro-alimentar, actividades complementares e actividades periférica, como ilustra a tabela 1 (WUWM 2003).

Tabela 1 Composição do mercado grossista

MERCADO GROSSISTA		
Mercado agro-alimentar	Actividades complementares	Actividades periféricas
- Mercado Hortofrutícola - Mercado de Flores - Mercado do Pescado - Mercado Polivalente (carnes, charcutaria, leites e lacticínios, bacalhau, vinhos, produtos tradicionais)	- Empresas de Embalagens. - Empresas de Conservação - Empresa de Comércio e Distribuição de Produtos Alimentares. - Empresas de Serviços Especializados.	- Empresas sem ligação directa com o sector alimentar que desenvolvam outras actividades ex.: Transportadores; Prestadores de Serviços, etc.

Fonte: SIMAB, 2004

Estes modernos Centros Logísticos Empresariais funcionam 24 horas por dia e são estruturas dinâmicas e polivalentes, onde se congregam uma grande diversidade de produtos e agentes económicos do ramo alimentar e não alimentar, exercendo funções e actividades de comércio grossista, outras actividades e serviços de logística. Dispõem de serviços especializados para todo o tipo de actividades, segurança, limpeza, estacionamento, etc. (SIMAB, 2004).

Da entrevista tida com o senhor Alfredo Lombe, vendedor grossista do *Ceety Deep Market*, em Joanesburgo na vizinha África do sul, pode notar-se as características destes modernos mercados. Neste, os descarregamentos são feitos nas noites, os produtos estão divididos por secções e entre estas existem espaços para as viaturas que descarregam ou carregam mercadoria.

Em Portugal a estrutura é similar, os mercados grossistas são regionais em número e tamanhos definidos em função de potenciais intervenientes. Dos 8 mercados que compõem a rede portuguesa, as áreas variam de 10ha a 101ha, com movimento diário variando entre 500 a 3500 viaturas e 750 a 10000 pessoas (SIMAB, 2004).

A figura 1 mostra o Mercado grossista da Região do Noroeste, S.A. (Centro Logístico da Região do Noroeste), o mais equiparável em área ocupada (10ha) com os cerca de 8,8ha reservados para o novo mercado em Maputo.

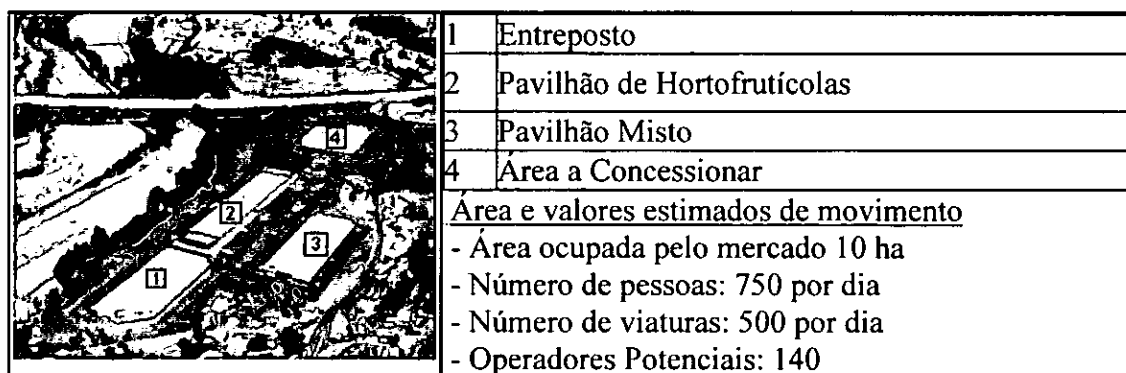


Figura 1 Mercado grossista da Região do Noroeste (Fonte: SIMAB, 2004)

Em todo processo de compra e venda, opera um grande número de intermediários que se especializam na execução de funções relacionadas à compra e venda de bens (Barros, 2004).

2.2.2. Funções de comercialização

O termo funções de comercialização é usado para fazer referência à transformação dos produtos alimentares ao longo do tempo, do espaço e tipo, associados ao armazenamento, ao transporte e ao processamento. (Timmer, et al, 1999).

Existem algumas funções básicas que devem ser cumpridas em qualquer sistema de comercialização agrícola, nomeadamente, a colheita primária de produtos, organização da recolha, acumulação, o armazenamento a curto prazo, o armazenamento a longo prazo, o transporte, o processamento, o assumir riscos, a informação e o capital (Timmer, et al, 1999).

Neste trabalho serão aprofundadas as funções que ocorrem nos mercados grossistas, nomeadamente; O armazenamento, o transporte, o processamento, a informação, os riscos e o capital físico.

Armazenamento

O armazenamento pode ser concebido como a transferência do bem ao longo do tempo. Através do armazenamento, o produto é “movido” da época de colheita para a época de escassez, estando disponível para o consumo durante essa época (Barros, 2004).

Distinguem-se dois tipos de armazenamento, o de longo e o de curto prazo (Timmer, et al, 1999).

A postura de mercados da cidade do Maputo prevê o de curto prazo nos mercados, devendo ser feita nas arrecadações do mercado mediante o pagamento de taxa de armazenamento, ou nas próprias bancas mas neste caso sem responsabilidade para o município (CaM. 1965).

Nos modernos mercados grossistas é feito em compartimentos específicos equipados de sistema de refrigeração (SIMAB, 2004).

Transporte

É o movimento do bem no espaço. O transporte movimenta produtos das zonas de produção com excedente para zonas de produção insuficiente. Os custos de transporte são determinados pela quantidade e densidade do sistema de estradas e pelo custo e estabilidade de abastecimento de viaturas e peças sobressalentes (Barros, 2004).

Processamento

O processamento é a transformação do produto de matéria-prima para um produto com valor adicional para venda aos consumidores (MAP, 1995). Nos modernos mercados existem secções responsáveis pelo processamento (SIMAB, 2004).

Informação

É um serviço, geralmente realizado pelo sector público, que envolve a recolha de informação sobre os preços, e em alguns casos, sobre as quantidades de produtos agrícolas comercializados de forma corrente a partir do mercado rural, e ainda no mercado grossista e no mercado de retalho. Envolve igualmente a disseminação desta informação, em tempo útil e de forma regular através de vários medias, para os agricultores, comerciantes, responsáveis governamentais, decisores políticos, consumidores e outros (Esporo, 2001).

Um sistema de informação (SIMA) eficaz é muito importante para o desenvolvimento do país. Primeiro, favorece a concorrência e um comércio equitativo para os agricultores, melhorando a sua capacidade de negociação e reduzindo os custos de transacção. Encoraja igualmente a inovação nos agricultores (ao mudar de cultura, por exemplo) reduzindo riscos e aumentando o seu acesso à informação. Pode favorecer o pequeno comerciante e os consumidores que saberão em tempo útil onde localizar determinado produto com qualidade desejada. Pode ainda fornecer aos decisores políticos informações chave sobre o funcionamento dos mercados e dar em tempo útil dados para o acompanhamento de situações de segurança alimentar (Esporo, 2001)

Nos mercados grossistas modernos existem instituições apropriadas que se encarregam de gerar a informação diária sobre produtos, empresas, serviços e fluxos que importa organizar e sistematizar, obtendo-se informações sobre a evolução dos mercados e os problemas verificados, permitindo às diferentes entidades que se preocupam com esta problemática um melhor conhecimento e acompanhamento da mesma, assim como da sua evolução prospectiva (SIMAB, 2004).

Para a cidade do Maputo a postura sobre mercados não faz referência a nenhum, sistema de informação nos mercados.

No entanto, existe em Moçambique desde 1991, um Sistema de Informação de Mercados Agrícolas (SIMA), estabelecido na Direcção de Economia do Ministério da Agricultura. Este sistema nacional fornece informação semanal e mensal de preços domésticos, regionais e internacionais (MADER, 2002).

No caso de Portugal a SIMAB, em articulação com os gestores dos mercados grossistas e outras instituições, procura desenvolver um sistema de recolha, tratamento e divulgação de informação que permite orientar decisões, minimizar os riscos, aumentar a competitividade dos agentes económicos envolvidos, desenvolver e consolidar um pensamento estratégico que aumente as vantagens comparativas da produção e da distribuição nacional (SIMAB, 2004).

Riscos

O assumir risco é uma função imprescindível num sistema de mercado. Refere-se à possibilidade de variações que afectam negativamente os lucros da actividade (MAP, 1995).

Uma forma comum de assumir risco é o armazenamento, no qual o risco se associa a variação do preço que pode reduzir antes de o comerciante proceder a venda (MAP, 1995).

Capital

Capital é um *input* durável que é por seu turno produto da economia (Samuelson e Nordhaus, 1999).

Neste trabalho serão consideradas as infra-estruturas do Mercado, cuja composição foi descrita no ponto 2.1.3 deste trabalho.

3. METODOLOGIA

3.1. Localização da área de estudo

O estudo foi realizado no Município de Maputo, província de Maputo cidade, localizado na região sul de Moçambique, limitado pelos distrito de Marracuene a norte, Matutuine a sul, a este é limitado pelo canal de Moçambique e a oeste pelo Município da Matola.

O espaço exacto é o Mercado da Malanga, situado no Bairro do Alto-Maé, a sul da intercessão das Avenidas de Trabalho e a do Rio Tembe.

3.2. Preparação da pesquisa

A preparação da pesquisa consistiu em primeira instância na revisão bibliográfica sobre mercados e comercialização num contexto geral e específico da cidade do Maputo.

Em seguida, fez-se um levantamento exploratório usando entrevista não estruturada ao chefe da comissão de vendedores e ao fiscal do mercado, sobre as percepções gerais dos intervenientes em relação ao problema de estudo.

Para minimizar as limitações da entrevista formal imposta pelo Município, fez-se uma sondagem informal que incluiu a visita ao mercados Central, Fajardo, Janete, Malhangalene e Chiquelene, observando-se o composição de cada mercado, os produtos comercializados e as respectivas modalidades, tendo-se escolhido o Mercado do Fajardo para testar as respostas, pela sua semelhança estrutural com o Mercado da Malanga, concretamente, por apresentar, à semelhança deste, uma parte vedada, com infra-estruturas convencionais e outra não.

Esta fase durou de Fevereiro a Junho de 2004.

3.2. Trabalho de campo

3.2.1. Definição da amostra

Segundo Low (2000), as amostras podem ser definidas de modo que os resultados sejam estaticamente generalizáveis a toda população ou generalizáveis a áreas definidas com características similares e não para toda a população. Neste trabalho pretende-se uma

amostra generalizável apenas para os intervenientes na comercialização de produtos agrícolas não transformados.

A população total é 1260 vendedores sendo 850 na parte não vedada e 410 na parte vedada. Os vendedores de produtos agrícolas não transformados são cerca de 50 %, portanto cerca de 630.

Além dos vendedores, participam na comercialização ganhares e transportadores o que sugere uma estratificação da amostra.

Para pesquisas desta natureza em que se pretende descrever percepções em relação a determinado problema um tamanho de amostra entre 30 a 50 é normalmente suficiente, Nicholas (1991) citado em Aljofre (2002).

O número de ganhares e transportadores não é conhecido porque não estão registados. No entanto, baseado em estimativa, neste trabalho, considerando a proporção na população e subdivisões do estrato e permanência no mercado foi adoptada a proporção 1:1:1:2:3 (Transportador: Comprador: morador: Ganhar: Vendedor).

Tabela 2 Composição da amostra por actividade, sexo e localização em relação ao mercado.

<i>Actividade</i>	<i>Localização do entrevistado em relação ao mercado</i>						<i>Total</i>	<i>%</i>
	<i>Zona Formal</i>		<i>Zona Informal</i>		<i>Fora do mercado</i>			
	<i>M</i>	<i>F</i>	<i>M</i>	<i>F</i>	<i>M</i>	<i>F</i>		
<i>Vendedor</i>	0	10	13	7	0	0	30	37,5
<i>Transportador</i>	0	0	0	0	10	0	10	12,5
<i>Ganhares</i>	0	0	15	0	5	0	20	25
<i>Compradores</i>	1	1	1	7	0	0	10	12,5
<i>Moradores</i>	0	0	0	0	3	7	10	12,5
<i>Total</i>	1	11	29	14	15	0	80	100

n =80

A amostra apresenta maior percentagem de vendedores por ser o maior grupo fixo no mercado em seguida aparecem os ganhares por apresentarem subdivisões relacionadas com a sua actividade.

Segundo Silva e Meneses (2001), na amostra estratificada a população é dividida em estratos, cada estrato deve estar representado na amostra e dentro de cada estrato a selecção é aleatória.

Para assegurar que a escolha fosse aleatória, fez-se um esboço no papel da localização dos entrevistados e de olhos fechados picou-se com compasso permitindo a indicação do primeiro, em seguida seleccionou-se em zig-zag os próximos em intervalos de 3 vendedores.

3.2.2. Técnicas de recolha de dados

Foram usadas as entrevistas semi-estruturada e observações directas no mercado, envolvendo os vendedores, transportadores e ganhares. Conversa informal com o chefe da comissão de vendedores, fiscal do mercado e polícia municipal para completar a informação obtida por entrevista semi-estruturada.

Em relação à informação a colher do conselho municipal foi feita uma entrevista escrita a um representante indicado pela Direcção Municipal de Mercados e Feiras por força das formalidades que regem o funcionamento da instituição.

Cada uma das técnicas foi aplicada de forma específica para cada objectivo específico como ilustra a tabela 3.

Tabela 3 Técnicas usadas em cada objectivo específico

Objectivo específico	Instrumentos	Informação a recolher
1. "Identificar as atribuições do Mercado Malanga e planos do município em relação a este mercado".	- Entrevista indirecta através de questionário escrito dirigido a um representante da DMMF - Observação directa	1. Papel previsto para o Mercado da Malanga 2. Tipo de produtos agrícolas vendidos 3. Alternativas do município para mitigar os problemas que causa
2. "Identificar a acção dos intervenientes na comercialização de produtos agrícolas no Mercado Malanga sobre a salubridade do meio".	- Observação directa, entrevista semi-estruturada com vendedores, transportadores, compradores e não estruturada com moradores, fiscal e presidente da comissão de vendedores.	1. Comportamento dos frequentadores do mercado 2. Percepção dos moradores em relação a acção dos intervenientes no Mercado da Malanga.
3. "Identificar as razões que levam os intervenientes a preferirem este Mercado".	- Entrevista semi-estruturada com Vendedores, compradores, ganhares e transportadores. não estruturada com moradores, fiscal e presidente da comissão de vendedores.	1. Motivos de elevado afluxo de pessoas no mercado 2. Efeito da presença dos grossistas sobre outros intervenientes 3. Percepções dos intervenientes em relação a transferência.
4. "Descrever o fluxo de mercado dos produtos agrícolas comercializados no Mercado Malanga e sua relação com a salubridade do meio".	- Observação directa, entrevista não estruturada com compradores e estruturada com vendedores.	1. Ligação do mercado Malanga com outros mercados e centros de produção.
5. "Descrever as funções de comercialização de produtos agrícolas no Mercado Malanga e sua relação com a salubridade do meio".	- Observação directa, entrevistas estruturada com vendedores, não estruturada com fiscal e presidente da comissão de vendedores.	1. Descrição das actividades 2. Adequação das infra-estruturas

3.3. Método de análise de dados

Os dados foram analisados pelo método de coincidência de padrões (*Patten Matching*), que segundo Matakala (1998) consiste na junção de respostas similares, explicação das diferenças e conclusão. Para tal, as respostas foram codificadas e agrupadas com auxílio do programa estatístico SPSS.

Para efeitos de recomendações fez-se uma análise baseada no método dialéctico. Segundo Silva e Meneses (2001), no método dialéctico a interpretação é dinâmico e totalizante da realidade, aplica-se em pesquisas qualitativas e considera que os factos não podem ser considerados fora de um contexto social, político e económico.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo, fornece os resultados e discussão das questões na mesma sequência dos objectivos específicos.

4.1. Atribuições do mercado da Malanga e planos do município em sua relação

4.1.1. Atribuições do mercado

Oficialmente, a atribuição do mercado está relacionada com a sua classificação pelo município.

No que se refere a **atribuição**, o Mercado da Malanga funciona como *praça de mercado* de diversos produtos de origem agrária tais como cereais, frutas, hortícolas, raízes e tubérculos, *cucubitaceas* e legumes. A parte não vedada do mercado, tem atribuição oficial de concentrar produtos oriundos das zonas de produção de modo a facilitar sua distribuição pela cidade. No entanto, operam nesta zona do mercado vendedores retalhistas e outros operadores como os “ganhares” conferindo ao mercado a função de praça de auto emprego para diversos intervenientes no processo de comercialização.

Na parte vedada, a venda de produtos agrícolas é feita a retalho, directamente aos consumidores enquanto que na parte informal é feita a grosso para os retalhistas que levam para revenda e directamente a retalho para os consumidores.

Com estas atribuições, tomando em consideração a classificação dos mercados constante na postura, o mercado Malanga subdivide-se em dois, sendo a parte vedada classificada de mercado de bairro correspondente a mercado formal da categoria “B” na linguagem em uso actualmente no Município, pois ocupa um local predefinido para mercados e possui infra-estruturas mínimas. A parte não vedada ocupa um espaço não definido para mercado daí que seja classificado como mercado informal ou provisório previsto para as zonas de casa de pau a pique existentes na parte sul do mercado, mas não cumpre o requisito de distância mínima de 1000 metros em relação ao mercado formal.

De referir que a classificação a cima considerada difere com a fornecida pelo respondente indicado pela Direcção Municipal de Mercados e Feiras pois considerou o mercado como único e formal, sendo a parte não vedada grossista, alegando que todo o mercado que se situa a menos de 50 metros de um formal é considerado formal.

A classificação apresentada pelo município é questionável pois em relação ao Mercado do Fajardo que tem características semelhantes considerou no mesmo questionário a parte vedada de formal e a parte não vedada de informal, e defende-se alegando tratar-se de uma linguagem para facilitar o controlo interno.

A justificação não é convincente pois tal como na Malanga as cobranças são feitas pelo mesmo fiscal, o da parte formal, além de que a própria organização de vendedores justifica que apenas a parte vedada é formal pois os vendedores nele inserido não fazem parte dos trabalhadores do sector informal como acontece com os que estão fora da vedação. Existem igualmente duas comissões de vendedores.

Em suma a classificação que o município forneceu no questionário não é compatível com os conceitos nem com a própria composição do mercado, mas é compreensível o enquadramento que o município faz pois, caso considerasse mercado rural teria de cobrar 50% das taxas e imediatamente ao lado cobrar 100%.

Portanto a classificação mais correcta é considerar a parte não vedada de informal grossista.

4.1.2. Plano do município em relação ao mercado

O plano que o município tem em relação ao Mercado Malanga incide sobre a parte informal, em que se pretende transferir todos grossistas para Zimpeto onde está sendo instalado um mercado grossista e os retalhistas para preencher espaços vazios nos outros mercados do Município, devendo o espaço ser devolvido aos moradores para voltar a servir de campo de futebol.

Com esta medida o conselho municipal pretende mitigar o problema da salubridade do meio que afecta principalmente aos moradores pois, segundo o respondente do conselho municipal tem as seguintes causas:

- O actual local não é propício para mercado grossista por se situar numa zona residencial onde os moradores estão sujeitos a desmandos como o bloqueamento do acesso às suas residências, fezes e urina em suas varandas e quintais, lixo, roubos, etc.
- O espaço não tem capacidade para albergar a avalanche de Camionistas, levando as suas viaturas a ocuparem as Ruas Major Couto, Paiva Couceiro e Av. Do Rio Tembe.

Este problema verificou-se nos anteriores locais onde se instalavam os grossistas nomeadamente, arredores do mercado central e mercado Fajardo. Contudo, o Município entende que com esta transferência o problema será controlado, pois o novo local reservado para mercado grossista, situado na avenida de Moçambique, ao lado da Empresa Teixeira Duarte, no Bairro do Zimpeto, foi concebido para mercado, daí que o espaço reservado para tal seja de maiores dimensões (87.759 m²) e está localizado numa zona não residencial onde só serão autorizados a operar os vendedores Grossistas.

A abordagem da autoridade do concelho municipal acima referida apresenta três princípios básicos: A dimensão do espaço, o isolamento das zonas residenciais e a permissão exclusiva aos grossistas. Em seguida é feita uma análise em relação aos três aspectos da abordagem da direcção do concelho municipal.

i. Dimensões do espaço

O espaço a instalar o novo mercado grossista é cerca de 8 vezes maior que o ocupado pelo Mercado da Malanga (cerca de 10.800 m²) e segundo o respondente do concelho municipal, foi feito um estudo sobre as infra-estruturas a instalar. Apesar de não ter sido facultado o estudo, sabe-se pelas respostas do respondente pelo município que serão edificadas infra-estruturas correspondentes a um mercado grossista, o que irá implicar outro tipo de uso de espaços em comparação com o actual mercado, como área de estacionamento, espaços para circulação de pessoas, viaturas de carregamento e descarregamento no interior e ainda a integração de muitos grossistas que não tem espaço

no interior do actual mercado. Estes factos sugerem cautela no uso do espaço pois a maioria de mercados modernos que funcionam dentro dos parâmetros definidos pela união mundial de Mercados Grossistas ocupam áreas maiores como acontece com o mercado grossista da região do Noroeste com 10 ha que foi otimizado para 140 operadores e o mercado grossista da região de Coimbra com 17 ha otimizado para 157 grossistas. Na Malanga a parte não vedada tem 850 vendedores no entanto, o número inclui retalhistas que não serão transferidos para Zimpeto.

Na tabela 4 são apresentados alguns dados de mercados que funcionam dentro dos parâmetros definidos pela União Mundial de Mercados Grossistas que podem servir de referência.

Tabela 4 Área e movimento de mercados grossistas com padrões aceites

Mercado	Área do mercado	Movimento		
		Nº de pessoas	Nº de viaturas	Produtos por ano
Mercado Grossista da região do Noroeste	10ha	750 por dia	500 por dia	58 000 Toneladas
Mercado Grossista da região de Coimbra	17ha	Sem informação	1100 por dia	160.000 Toneladas
Mercado Grossista da região de Faro	32ha	2 600 por dia	1 500 por dia	200 000 Toneladas
Mercado Grossista da região de Lisboa	101ha	10.000 por dia	3500 por dia	240 000 Toneladas

Fonte: Adaptado de SIMAB, 2004

Outro facto que sugere cautela em se tomar o tamanho da área como suficiente para mitigar o problema de congestionamento é o aumento rápido da população urbana que se reflecte-se no número de vendedores que aproveitam os financiamentos para pequenos investimentos existentes no Maputo o que pode elevar o numero de potenciais utilizadores do mercado (MINAG, 2002).

ii. Isolamento das zonas residenciais

A localização é um aspecto importante, no entanto para este caso a relação com a zona residencial não é a questão central, pois o local onde se vai instalar o novo mercado faz limite na parte traseira com um quarteirão residencial. O aspecto positivo é o facto de estar fora dos bairros de maior concentração de retalhistas e de maior procura, criando óptima oportunidade de os mercados retalhista ficarem em igualdade de circunstância em relação a custos de transporte da mercadoria o que irá contribuir de forma equitativa nos preços de venda tornando indiferente para o consumidor final a compra em qualquer dos mercados retalhistas o que pode estimular a ocupação dos espaços livres pelos vendedores que se encontram em excesso na Malanga.

Outro aspecto a considerar, são as vias de acesso para os diversos mercados por ele abastecidos. O espaço reservado não trás vantagens neste aspecto, pois a avenida de Moçambique seria de uso comum e em si é muito movimentada.

No contexto de crise de espaços no concelho municipal, uma boa alternativa que facilitaria o abastecimentos aos outros mercados tanto da parte antiga da cidade como da zona de expansão é o espaço anteriormente previsto para cemitério em Hulene, onde pode se analisar a possibilidade de projectar o mercado grossista com as características modernas exigidas pela União Mundial de Mercados Grossistas, para responder a demanda e beneficiar de apoios dos parceiros de Moçambique na erradicação da pobreza absoluta, pois pela localização abre boa perspectiva de contribuir para o ordenamento urbano. No entanto, para validar esta recomendação é necessário um estudo específico envolvendo um técnico de planeamento físico e outro de permacultura que possa prever com maior precisão o aumento do transito na avenida de Moçambique e a viabilidade de uso do espaço de Hulene.

A figura 2, ilustra a viabilidade de abastecimento em termos de vias de acessos tanto na opção por Zimpeto como na opção por Hulene.

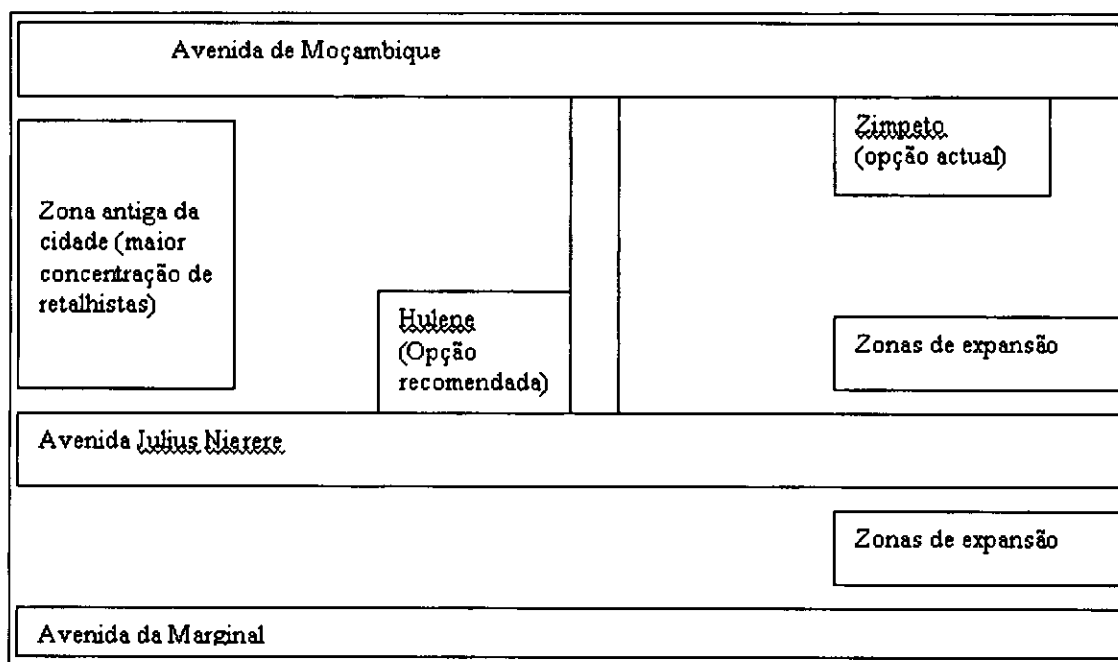


Figura 2 Esquema de viabilidades de abastecimento a partir de Zimpeto e Hulene

iii. Permissão exclusiva aos grossistas

A venda a grosso envolve além do vendedor e comprador, outros intervenientes que realizam actividades complementares e importantes no processo. A questão central, é a sua organização, pois presentemente estes intermediários actuam de forma desordenada e violenta sobre os outros intervenientes.

Assim, o controlo através da proibição não parece uma solução prática pelo facto de a actividade ser sua fonte de receita para sobrevivência, daí que poderão desenvolver outras formas de actuação para contrariar as ordens da autoridade. O fracasso da “operação espelho” que visava a retirada dos vendedores nas ruas, a concentração de vendedores nas paragens de transportes públicos, são exemplos da dificuldade deste tipo de abordagem.

A criação de serviços complementares especializados tais como a segurança, limpeza, estacionamento e outros, como preconizam os modernos mercados grossistas seria uma solução ideal pois, estes intermediários seriam integrados.

4.2. Intervenientes na comercialização de produtos agrícolas e sua acção sobre a salubridade do meio.

Na sua atribuição de mercado grossista e ostentando retalhistas, o mercado Malanga cria oportunidade de auto emprego para os próprios vendedores e compradores revendedores, para outros operadores complementares designados por ganhares ou "gaigai" e transportadores como se pode notar na tabela 5.

Tabela 5 Intervenientes na comercialização agrícola

Tipo de interveniente	Categorias	Actividade/Produto
Compradores	- Consumidores finais - Revendedores	Compra de Bens e serviços
Vendedores	- Grossistas - Retalhistas - Ambulantes	Venda de Bens e serviços
Transportadores	- Abastecedores - Distribuidores	Venda de Bens e serviços
Ganhares	- Carregadores - Auxiliares de venda	Venda de Serviços
"Armazenadores"	- "Armazenadores"	Venda de serviços

Estes intervenientes distinguem-se uns dos outros nas acções que realizam, que tem influência na salubridade do meio.

Compradores

A acção dos compradores tem efeito na salubridade como consequência do ordenamento dos vendedores particularmente na parte informal, pois não existem locais específicos para cada tipo de venda levando a convergência dos compradores e ganhares.

Vendedores

Distinguem-se três categorias de vendedores: Os vendedores grossistas, vendedores retalhistas e vendedores ambulantes. Os vendedores grossistas podem ser subdivididos em dois tipos, os que vendem em camiões vendendo principalmente hortícolas e os que vendem em tendas, basicamente batata cebola, alho e cenoura. Na parte informal do

mercado, não existe uma organização clara pois muitos retalhistas e ambulantes vendem nos espaços entre os grossistas eliminando as vias de circulação o que causa congestionamentos.

Transportadores

Distinguem-se em abastecedores, “camionistas” que trazem mercadoria em grande quantidade das zonas de produção para o mercado e distribuidores, que se subdividem em transportadores simi-colectivos (na pratica funcionam como mistos) e transportadores de mercadoria.

Não existe local de estacionamento para qualquer das categorias, razão pela qual ocupam a avenida do Rio Tembe causando congestionamento, agravado pelo facto de ser rota dos simi-colectivos que fazem ligação da zona urbano com as peri-urbanas da cidade através da avenida de Moçambique.

Os transportadores simi-colectivos, usam viaturas fechadas que embora estejam licenciados para o transporte de passageiros, transportam os retalhistas para os outros mercados, relegando os de mercadoria que são especializados para o efeito.

Segundo os moradores entrevistados os transportadores bloqueiam seus acessos ás residências, estão associados a indivíduos que urinam e defecam nas varandas, durante as noites e madrugadas tem acontecido assaltos próximo dos camiões além de perturbação sonora que criam bem como a poluição ambiente devido a incineração e deterioração dos subprodutos que levam ao mercado. Os moradores das ruas Major Couto e Paiva Couceiro consideram que a maioria destes problemas já não se verificam devido a cancela posta para inibir a entrada dos camiões que actualmente se concentram na Avenida Do Rio Tembe. Porém, é seu desejo a devolução do espaço para voltar a servir de campo de futebol.

Ganhares

É uma classificação interna do Município e envolve carregadores e descarregadores de mercadoria das viaturas, vendedores de embalagens para produtos e serviço de uso de balança.

Carregam na cabeça (muitos destes são simultaneamente vendedores de plásticos) ou com recurso a carrinhas de mão, transportando dentro do Mercado no descarregamento de mercadoria ou descarregamento nos transportes semi-colectivos e de mercadoria. Não pagam qualquer taxa pelo exercício da actividade.

Este grupo constitui preocupação para o fiscal do mercado, pois a sua acção não é da preferência dos proprietários das viaturas. No caso dos auxiliares de venda por exemplo, criam dificuldades de os camionistas venderem directamente a mercadoria, sendo que neste momento, os donos da mercadoria sentem-se obrigados a coordenar com estes um preço de venda, ao qual eles aplicam sua margem. Depois da venda, depositam na conta do proprietário, o valor a ele correspondente, assim antes de a mercadoria acabar o camião esta em condições de sair. A mercadoria remanescente depois de satisfeito o valor exigido pelo produtor, é entregue aos retalhistas a crédito, o que aumenta desordenadamente o número de vendedores pois nem todos contemplados são vendedores permanentes do mercado. Situação similar verifica-se com os carregadores dos semi-colectivos, que prestam serviço e cobram contra a vontade do condutor.

“Armazenadores”

Proprietários de locais onde a mercadoria é conservada durante a noite, uns são possuidores de contentores e outros são donos de casas circunvizinhas que usam compartimentos em aluguer. Os que possuem contentores, sua acção é positiva pois todo o espaço que ocupa é útil para armazenamento sendo claramente melhor do que usar o próprio camião. Os que alugam compartimentos das suas residências aumentam a circulação nas casas acelerando a degradação dos imóveis e retirando comodidade aos vizinhos.

4.3. Razões que levam os intervenientes a preferirem este Mercado

4.3.1. Razões evocadas pelos intervenientes.

A tabela 6 mostra as respostas dos entrevistados em relação à razão que os leva a preferir este mercado em detrimento dos outros que apresentam espaços vazios.

Tabela 6 Razões de preferência evocadas pelos intervenientes

Razões da preferência	Interveniente						Total	
	Grossista	Retalhista		Transportador		Ganhar		Compras
		Formal	Informal	S. Colectivo	Carga			
Movimento	5	1	6	3	5	20	0	40
Legal	0	3	1	0	0	0	0	4
Hábito	0	4	3	2	0	0	0	9
Obrigatório	5	2	0	0	0	0	0	7
Perto	0	0	0	0	0	0	2	2
Barato	0	0	0	0	0	0	8	8

n=70

A existência de muito movimento no mercado foi indicada como razão de preferência ao mercado por 40 dos 70 inquiridos.

Todos os ganhares indicaram a existência de muito movimento, provavelmente por ser o único mercado que oferece oportunidade para a actividade que exercem.

Os grossistas que vendem batata, cebola e cenoura em tendas, também evocaram a existência de muito movimento como razão da sua preferência. No entanto, os que vendem hortícolas em camiões afirmaram ser por obrigação uma vez que é o único mercado grossista. Nota-se que os grossistas vendedores em tendas não se consideram como tal, pelo facto de a sua modalidade de venda se verificar nos mercados não grossistas.

Em relação aos retalhistas, os da parte formal consideraram o facto de ser um mercado legal, em comentário a esta resposta revelaram certo desagrado com a presença dos retalhistas na parte informal, “*sempre vendi aqui porque este mercado é legal, não sou daquelas que vendem em qualquer sítio para incomodar os outros, enquanto há mercados legais*” – disse uma vendedora em comentário.

Além dos ganhares, os grossistas em tendas, os retalhistas da parte informal e a maioria dos transportadores também mencionaram muito movimento. Em contrapartida, nenhum comprador evocou o movimento como razão da preferência. Este facto encontra uma justificação lógica, pois na óptica dos intervenientes, movimento significa oportunidade de realizar a sua função (venda, carregamento, etc.), mas na óptica do comprador constitui incómodo.

4.3.2. Comportamento dos intervenientes com a retirada de grossistas

No ano de 2002 o Município retirou por alguns dias os grossistas que vendem em camiões tendo se estalado na avenida Nuno Alvares. Como efeito disso, houve variação na afluência dos utentes no mercado, como mostra a tabela 7.

Tabela 7 Atitude tomada com retirada de grossistas em camiões

Decisão tomada	Interveniente						Total	
	Grossista	Retalhista		Transportador		Ganhares		Compradores
		Formal	Informal	S. Colectivo	Carga			
Seguiu aos grossistas				5	5	20	5	35
Manteve-se no mercado	5	10	10					25

n=60

Nota-se que as actividades dos simi-colectivos, transportadores de mercadoria, ganhares e compradores retalhista é condicionada pela presença dos grossistas camionistas. De

referir que os simi-colectivos que seguiram aos grossistas são os que usam o mercado como sua terminal.

O efeito da saída dos grossistas em camiões sobre afluência de utentes no mercado é apresentado na tabela 8.

Tabela 8 Variação de afluência de utentes com retirada de grossistas em camiões

Afluência dos utentes	Interveniente				Total	
	Grossista	Retalhista		Moradores		Compradores
		Formal	Informal			
Maior						
Menor	5	10	10	10	35	
Igual						
Não sabe				5	5	

n=40

Na tabela não aparecem 5 grossistas que fazem parte do grupo que havia sido retirado e transportadores simi-colectivos, transportadores de mercadoria, ganhares e 5 compradores pois seguiram aos grossistas durante o período em avaliação.

Nota-se que a saída dos grossistas em camiões traduz-se na redução da afluência de utentes ao mercado. Este facto dá indicação de que os grossistas em tendas não têm muito efeito na enchente que se verifica no Mercado da Malanga, provavelmente porque os produtos que vendem são encontrados em alguns mercados retalhistas com a mesma modalidade de venda.

Para os moradores a retirada dos grossistas que vendem em camiões, traduziu-se em melhoria na comodidade. Até certo ponto esta experiência é que pode ter despertado a atenção nos moradores da rua Major Couto em colocar cancela para inibir o uso da avenida pelos camiões.

O efeito da retirada dos grossistas nas vendas dos utentes é apresentado na tabela 9.

Tabela 9 Variação do volume de vendas com retirada de grossistas em camiões

Afluência dos utentes	Interveniente						Total
	Gross ista	Retalhista		Transportador		Ganhares	
		Formal	Informal	S. Colectivo	Carga		
Maior		6			5		11
Menor			4				4
Igual	10	4	6	5		20	45

n=60

De forma geral a retirada não produz efeitos sobre o volume de venda. Caso particular vai para os transportadores de mercadoria que registaram aumento, provavelmente pelo facto de no local onde se instalaram os grossistas não ser rota de simi-colectivos e por não haver outra opção para os compradores se não estas viaturas, o que em certa medida trás melhoria, pois leva a especialização dos transportadores evitando as situação de passageiros viajarem com mercadoria.

4.3.3. Percepção dos diferentes intervenientes em relação à transferência de grossistas e retalhistas;

A tabela 10 mostra a percepção dos intervenientes em relação ao plano da retirada dos grossistas.

Tabela 10 Parecer dos intervenientes ao plano de transferência de grossistas

Transfer. Grossistas	Interveniente								Total
	Gross ista	Retalhista		Transportador		Ganh ares	Compr adores	Mora dores	
		Formal	Informal	S. Colectivo	Carga				
Favorável	5	10	7	1			3	10	36
N favorável	5			2					7
Indiferente			3	2	5	20	7		37

n=80

De forma geral, a maioria dos grupos são favoráveis à saída dos grossistas excepto os grossistas em tendas e os simi-colectivos que se manifestam contrários.

Os vendedores em camiões consideram positiva a sua saída devido à dificuldade de manobra. Afirmam que por vezes acabam mercadoria por volta das 9 horas mas devido à enchente só podem sair depois das 19 horas. Contrariamente, os grossistas que vendem em tendas consideram negativa a sua saída e afirmam ter manifestado desagrado ao próprio concelho município pois o actual local está no centro da cidade e permite a venda para compradores oriundos da Matola e Catembe com facilidade.

Para o problema que se pretende resolver é dispensável a saída dos grossistas em tendas, tal como mostrou a experiência referida no ponto 4.3.2.

Mais da metade dos transportadores semi-colectivos não são favoráveis à transferência dos grossistas. O facto de terem rotas fixas pode ter determinado a sua avaliação pois não lhes permite alternativas com a redução do movimento previsto. Contrariamente, os transportadores de mercadoria, ganhares e a maioria dos compradores manifestaram-se indiferentes porque podem facilmente seguir aos grossistas.

A avaliação em relação à saída dos retalhistas da parte informal é apresentada na tabela 11.

Tabela 11 Avaliação dos intervenientes ao plano de transferência de retalhistas

Transfer. Retalhistas	Interveniente								Total
	Gross ista	Retalhista		Transportador		Ganhar es	Compr adores	Mora dores	
		Formal	Informal	S. Colectivo	Carga				
Favorável		10		2			2	10	24
N favorável	5		10						15
Indiferente	5			3	5	20	8		41

n=80

Os retalhistas dividem-se quanto à saída dos retalhistas da parte informal. Os da parte formal por não estarem visados consideram positivo, até porque reduz-lhes a concorrência. Os visados da parte informal não são favoráveis.

Tanto na avaliação do plano da transferência dos grossistas, como dos retalhistas a indiferença foi manifestada por mais da metade dos 80 inquiridos, e isto tem a ver com o

facto de os respondentes avaliarem basicamente em função do seu interesse deixando em segundo plano a salubridade do meio que está na origem da transferência.

Todos moradores entrevistados manifestaram interesse em o espaço ocupado pelo mercado ser devolvido para voltar a servir de campo de futebol.

O chefe da comissão de vendedores informais do mercado, considerou a ideia de preenchimento dos espaços vazios nos outros mercados, de pouco analisada pelo município, pois as leis de mercado são as que ditam a actual situação. Na sua óptica antes de tomar a decisão o município devia se questionar como indivíduos residentes em locais distantes como Malhazine, Namaacha e outros, abandonam os mercados lá existentes para vender na Malanga.

4.4. Fluxo de mercado dos produtos.

A tabela 12 mostra os fluxos de convergência e dispersão dos produtos agrícolas comercializados na cidade do Maputo, convergindo no Mercado da Malanga, único grossista na cidade.

Tabela 12 Fluxo de mercado dos produtos comercializados

Tipo de Produto	Proveniência	Destino
Tomate	África do Sul e Chókwè	Mercados da cidade e das províncias do sul ou às casas do consumidores
Maçã	África do Sul	Outros mercados ou às casas de consumidores
Batata, cebola, alho, repolho e cenoura	África do Sul, Boane, Moamba e Zonas verdes	Outros Mercados da cidade e províncias do sul, casas de consumidores.
Restantes produtos	Boane, Moamba e Zonas Verdes, restantes províncias do país.	Outros Mercados da cidade e casas de consumidores

O fluxo de convergência mostra a ligação do mercado com produtores nacionais e Sul-africanos. A maioria dos produtos é trazida da África do Sul e segundo alguns entrevistados, há épocas que assume exclusividade no abastecimento de tomate, batata e cebola, tornando assim os produtores Sul-africanos os maiores beneficiados do que os

nacionais. Esta situação verifica-se numa altura em que se procura promover a produção nacional, tendo em vista o desarmamento alfandegário entre os países da SADC.

Sabe-se no entanto, que a razão para ocorrência deste fenómeno, é o facto de a produção agrícola nacional ter um padrão sazonal, pois além da conhecida época fechada de produção não há condições de processamento e armazenamento.

Uma intervenção de apoio é necessário, pois à excepção da maçã que o agro-clima nacional não favorece, Chókwè, Boane, Moamba e Zonas Verdes com apoio podem constituir forte alternativa pois as vias de acesso rodoviário a estes centros de produção, são boas e têm a via ferroviária como alternativa.

Neste caso, há que rever a estratégia de comercialização agrícola do governo, pois remete a responsabilidade ao empresariado enquanto a comercialização é basicamente feita por informais, sendo por isso necessário apoio público.

Este fluxo afecta a salubridade do meio pelo facto de a quantidade de operadores ser superior a capacidade do mercado causando congestionamento e sobrecarga às infra-estruturas.

4.5. Funções de comercialização

Através de observação e entrevistas foram identificadas as seguintes funções de comercialização agrícola no Mercado Malanga: Transporte, armazenamento a curto prazo, riscos, informação e capital.

Estas funções constituem atribuições de um mercado grossista no contexto moderno.

4.5.1. Transporte

O mercado não possui um serviço organizado de transporte, para facilitar o seu papel de distribuição, como acontece nos modernos mercados grossistas, apesar de existirem veículos ligeiros de mercadoria fazendo este serviço.

Devido à falta de comunicação entre o Mercado da Malanga e os mercados retalhistas, não é possível os vendedores a retalho solicitarem o transporte sem se deslocarem ao

mercado e tendo em conta que compram quantidades pequenas (cerca de 50Kg), para alugar uma carrinha de carga são necessários cerca de 10 retalhistas, tornando as viatura ligeiras de mercadoria inadequado pois eles tem de viajar no mesmo carro que uma vez carregado, só têm espaço para duas pessoas no máximo.

Como consequência, os retalhistas optam por apanhar os transportes simi-colectivos, sobrando para os transportadores de mercadoria, os casos de mercados totalmente fora das rotas dos transportes urbanos de passageiro.

O estabelecimento de comunicação com os mercados retalhistas, dispensava a vinda dos retalhistas pois estes poderiam encomendar o tipo e quantidade de produtos que necessitam e um servidor especializado que enviaria através dos transportadores de mercadoria.

4.5.2. Armazenamento

O armazenamento é a curto prazo, que dura durante o período de venda pois não existem instalações apropriados com câmaras de frio para evitar a deterioração rápida da mercadoria altamente perecível. Actualmente é feito em contentores, compartimentos dentro do mercado, casas vizinhas mediante pagamentos diários ou nos próprios camiões, acelerando a degradação do preço devido a redução da qualidade da mercadoria de dia para dia sobretudo à medida que nova mercadoria chega.

Esta situação lesa os produtores nacionais, particularmente os de tomate pois os intermediários aplicam sua margem que aumenta o preço e consequentemente afectando negativamente a procura e quando têm de reduzir o preço, a parte do produtor é afectada.

4.5.3. Informação

O mercado não dispõe de um sistema de informação que facilite o seu papel de abastecer os mercados retalhistas nem aos produtores e importadores sobre a disponibilidade de certa mercadoria no mercado.

Os compradores precisam de ir ao mercado para saber a qualidade dos produtos que tem e o preço o que aumenta desnecessariamente o número de presenças físicas no mercado.

Situação similar acontece com os produtores e importadores que levam ao mercado sua mercadoria sem informação sobre a disponibilidade dos produtos e actualização dos preços.

Com a falta deste serviço, o mercado não cumpre o papel de promoção da produção nacional, pois além de não produzir informações, não replica os serviços de informação existentes como os serviços de informação de mercados agrícolas do Ministério da Agricultura a que nenhum dos inquiridos fez referência.

Este serviço devia ser desenvolvido em coordenação com uma instituição nacional pública que resultasse da reforma de Instituto dos cereais de Moçambique com os serviços de informação de mercados agrícolas e o sector de promoção da produção nacional do ministério de comércio.

4.5.4. Riscos

Apesar de não se verificar o armazenamento a longo prazo que é principal forma de assumir risco na comercialização agrícola, os grossistas assumem risco ao trazer mercadoria perecível sem informação da abundância e preço corrente, mesmo conscientes da falta de condições de frio. O mesmo não se pode dizer dos retalhistas que comprando pequenas quantidades, facilmente reagem à variação da procura.

4.5.5. Processamento

O mercado Malanga não possui uma unidade para esta função, o que aliado à incapacidade dos produtores nacionais de o fazerem, torna os produtos nacionais com uma apresentação menos atractiva comparados com os provenientes da África do Sul.

Esta pode ser mais uma razão da dominância de produtos Sul-africanos no mercado. Porém, o documento sobre a promoção de produtos nacionais, apesar de reconhecer que a compra de produtos nacionais acontecerá se os produtos tiverem a mesma qualidade e

preços competitivos com os outros, não prevê acções concreta de apoio aos pequenos produtores nacionais, limitando-se apenas a campanha de informação.

A função ajudaria também na gestão de lixo pois actualmente é espalhado no mercado cuja deterioração afecta a salubridade.

4.5.6. Capital

Actual mercado

Em termos de infra-estruturas o Mercado da Malanga apresenta dois cenários distintos:

Um referente à parte vedada em que existem alpendres e bancas apropriadas para a venda, escritórios para o fiscal do mercado, um compartimento para a polícia da república, um compartimento para a policia municipal, um compartimento para o chefe da comissão de vendedores, armazéns e sanitários, água e solo compactado com cimento.

O outro cenário, refere-se à parte não vedada em que não existe nenhuma das infra-estruturas semelhantes às existentes na parte vedada. O chefe da comissão de vendedores e todos os operadores abrigam-se em palhotas precárias insuficientes para os abrigar da chuva, construídas pelos próprios. Segundo o chefe da comissão de vendedores, quando pretendem o uso de sanitários têm de recorrer as casas vizinhas, incorrendo em custos. O armazenamento é feito em contentores privados, sendo que alguns operadores cobrem a mercadoria com oleados. O solo não foi compactado e é bastante alagadiço o que agravado pela falta de drenos faz com que na maior parte do ano permaneça alagado.

Esta situação não é justa se considerarmos que constitui obrigação do Município criar condições mínimas para assegurar que a venda seja feita em ambiente sadio, ainda que o mercado seja informal.

O facto torna-se mais injusto porque a maior parte da receita vem desta parte do mercado uma vez que possui grossistas e portadores de contentores cuja taxa é cinco vezes maior que a dos retalhistas, além do próprio número de operadores que é o dobro da parte formal.

A explicação para esta situação é o facto de as receitas cobradas serem encaminhadas para o mesmo destino, devendo ser aplicadas de acordo com as prioridades do município que não incentiva a venda informal.

No seu todo o mercado não possui as infra-estruturas mínimas para um mercado grossista, como, armazéns convencionais, parque para estacionamento de viaturas, etc.

Novo mercado

Segundo a DMMF no novo local serão edificadas as infra-estruturas referentes a um mercado grossistas.

Em termos de local onde instalar o Mercado grossista é melhor em relação ao problema de alagamento pois o solo é arenoso, o espaço previsto é maior que o actual, apesar de ser inferior os modernos que ostentam o número de vendedores existentes na Malanga.

A localização pode criar um outro tipo de problema pois frontalmente é limitado pela Avenida de Moçambique que além de registar grande circulação dos simi-coletivos, faz a ligação da capital com as províncias e as primeiras horas da manhã e as últimas do dia solar em que se regista maior movimento no mercado coincidem com o maior movimento de outros utentes da Avenida de Moçambique.

5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

5.1. Conclusões

- O Mercado da Malanga tem atribuições de concentrar mercadoria para posterior distribuição pela cidade; Servir de praça de mercado de diversos produtos de origem agrária tais como: Cereais, frutas, hortícolas, raízes e tubérculos, *cucubitaceas* e legumes; Servir de praça de auto emprego para diversos intervenientes no processo de comercialização. No entanto afecta negativamente a salubridade do meio razão pela qual o município tem plano de transferir os grossistas para Zimpeto e os retalhistas para outros mercados de modo que o espaço volte a servir de campo de futebol.
- A acção dos compradores e vendedores retalhistas afecta a salubridade do meio por ocuparem as vias de circulação no interior do mercado, a acção dos grossistas e ganhares afecta a salubridade do meio por que operam nas ruas que dão acesso às residências dificultando o acesso e associa-se à origem de fezes e urinas que frequentemente observam-se nas varandas dos moradores, a acção dos ganhares que intermedeiam a venda grossista afecta a salubridade do meio porque fornecem mercadoria a vendedores não inscritos aumentando o número de vendedores no mercado. No geral todos afectam aos moradores por provocarem poluição sonora bem como pela incineração e a deterioração subprodutos deitados no local.
- O mercado é muito preferido pelos compradores porque os preços são relativamente baixos. Pelos ganhares, vendedores retalhistas e transportadores, por haver muito movimento criado pela presença de grossistas vendedores de hortícolas em camiões.
- O fluxo de mercado de produtos agrícolas que passam por Malanga começa das machambas na África do Sul e províncias do país, para o mercado Malanga, deste para os outros mercados do município e das províncias do sul. Afecta a salubridade do meio tanto pela quantidade de mercadoria como pelo número de operadores que é superior à capacidade do mercado.

- As funções de comercialização de produtos agrícolas que se verificam no Mercado da Malanga são: Transporte, armazenamento a curto prazo e assumir risco, contribui negativamente na salubridade do meio por não possuir infra-estruturas adequadas e pela ausência das funções de informação que favoreceria uma acção coordenada para abastecer aos mercados retalhistas e a função de processamento que ajudaria na gestão do lixo.

5.2. Recomendações

- Deve-se estabelecer um sistema de informação entre os mercados da cidade, desenvolver um sistema de classificação dos produtos acessível aos operadores de modo que os mercados retalhistas e outros interessados possam requisitar a mercadoria e ser enviada através dos transportadores de mercadoria sem necessidade de estes se deslocarem ao local.

- O local planificado para mercado grossista não é ideal por fornecer poucas alternativas de abastecer aos mercados retalhistas e estar na avenida de Moçambique que é muito movimentada agravado por ser uma curva. Para contornar a situação deve-se fazer estudo específico envolvendo um técnico de planificação física e um de permacultura para avaliar a possibilidade de aproveitamento do espaço de Hulene anteriormente definido para cemitério. Contudo, considerando a urgência necessária em aliviar as infra-estruturas na Malanga, o espaço de Zimpeto pode ser concebido como provisório apenas para resolver o problema de ordem pública que se verifica na Malanga observando as considerações seguintes:

1º Transferir apenas os grossistas que vendem hortícolas em camiões, o que será suficiente para resolver o problema dos moradores, pois com este grupo de grossistas sairão voluntariamente todos os ganhares e transportadores de mercadoria.

2º Uma vez transferidos os grossistas, todos os mercados da zona urbana estarão em igualdade de circunstância em relação a fonte da mercadoria, e considerando que a qualidade da mercadoria é a mesma, será indiferente comprar em qualquer dos mercados. Assim, os retalhistas da Malanga, devido ao elevado número de vendedores e reduzida procura, sairão voluntariamente para os actuais locais vazios nos outros mercados.

- O grupo de ganhares envolvidos na venda a grosso que constitui problema na óptica do Município por praticamente serem os únicos que podem vender, deviam ser sensibilizados a aproveitar o seu poder de venda e a confiança que tem com os produtores para ocupar compartimento fixo nos mercados onde o produtor descarregaria a mercadoria e outros serem organizados para exercerem actividades complementares tais como: A segurança, limpeza e estacionamento de modo a continuarem a ter receitas na nova situação.
- Com os grossistas transferidos deve-se monitorar a situação, pois com a interdição de venda aos retalhistas no novo local, o mercado informal que funciona na terminal de Zimpeto gozará de vantagem comparativa sendo muito provável que evolua extraordinariamente.
- A questão dos transportes simi-colectivos merece igualmente uma ponderação pois o movimento na via Zimpeto subirá devido ao mercado, em contrapartida a terminal da Malanga deixará de existir, aumentando o número de transportadores de Xipamanine, sua rota oficial.
- Por último, um apelo ao governo para a criação de uma instituição de apoio a edificação de uma rede nacional de mercados grossistas, modernização dos mercados retalhistas e desenvolver acções de apoio à produção e distribuição da produção nacional, uma excelente oportunidade para o país pois, o Estado Moçambicano é parceiro da SIMAB, que é membro activo da União Mundial de Mercados Grossistas e teria uma integração facilitada.

A criação de uma entidade pública à semelhança da SIMAB de Portugal para apoiar a edificação de mercados agrícolas em Moçambique, contribuiria em muito para a organização e modernização dos mercados nacionais.

Uma estratégia seria a integração da instituição proposta na implementação do PARPA II para apoiar a aquisição dos produtos alimentares dentro do país no âmbito da promoção de produtos nacionais enquadrado na estratégia do Ministério da Indústria e Comércio, que poderia beneficiar muito a economia nacional pois:

Papel do Mercado Malanga na comercialização agrícola

- Desenvolveria mercados rurais criando oportunidade de o camponês vender seus produtos.
- Melhoraria o conhecimento da real situação de segurança alimentar no país
- Para Maputo seria solução definitiva dos problemas que se observam na Malanga.

O ICM, o SETSAN e o SIMA do Ministério da Agricultura forneceriam bases para a nova instituição.

BIBLIOGRAFIA

- Aljofre, A. 2000, As abordagens e as diferentes percepções sobre a extensão rural em Moçambique. Um estudo de caso da Zambézia. Tese de licenciatura, FAEF-UEM, Maputo – Moçambique.
- Barros, G. 2004, Economia da Comercialização Agrícola, USP, Brasil
- CaM, 1965, Postura sobre Mercados, boletim oficial N° 26, 3ª série, Imprensa nacional de Lourenço Marques.
- CM.2001, Estratégias da comercialização Agrícola para 2000 a 2004.
- CoM, 2002, Aspectos a ter em conta na revisão sobre a postura sobre Mercados, Maputo – Moçambique.
- CPAC, 1993, Taxas actualizadas, resolução N° 2/936.
- DNCI, 1999, Boletim mensal de comercio de cereais n.º 17 e 18.
- Esporo. 2001, Informação para o desenvolvimento agrícola dos países da ACP, N° 46.
- Low, J. 2001, Amostragem, em Pignenburg, B e Cavale, E., 2000, Métodos e técnicas de investigação sócio económico, FAEF-UEM.
- MADER. 2002, Passado, Presente E Futuro Do Sistema De Informação De Mercados Agrícolas (Sima), Departamento De Análise De Políticas, Relatórios De Pesquisa
- MAP/MICTUR, 1999, Custos de comercialização Agrícola e como calcula-los.
- Matakala, P. 1998, Guião para trabalho de campo e investigadores em Maneio Florestal Comunitário, FAEF – UEM, Maputo – Moçambique.
- MIC, 2006, Promoção da produção nacional. Desafios para Moçambique no contexto regional.

- MINAG. 2002, Análise da Comercialização Agrícola nas Zonas Rurais de Moçambique. Implicações para Estratégias de Segurança Alimentar e Alívio à Pobreza. Resultados do TIA 2002.
- Morgado. 2001, os ganhos económicos e sociais e desenvolvimento humano das mulheres, em Relatório Nacional do Desenvolvimento Humano 2001, Moçambique
- Salvatore, D. 1997, Microeconomia, 3ª Edição, Brasil Editora
- Samuelson, P. A. e Nordhaus, W. A. 1999, Economia, 16ª Edição, Editora Mc Graw-Hill, Portugal.
- Silva, E. L e Meneses, E. M. 2001, Metodologia da pesquisa e elaboração da Dissertação, 3ª edição, Florianópolis.
- SIMAB. 2004, pagina do web. Português. www.simab.pt, Junho de 2004
- Timmer, P.C et al 1999, Análise da Política Alimentar.
- Tinga, J. 2000. Sistemas Macro e micro economias na Província de Nampula, suas relações com a economia familiar
- Tinga J, 2001, Sistemas macro e micro economias na província de Nampula, suas relações com a economia familiar. Moçambique, Programa Agrícola de Nampula - PAN
- WUWM. 2003, "Mercados, qualidade e segurança alimentar" declaração do 23º congresso – Lisboa
- WUWM, 2005 "Modernas tendências na distribuição alimentar do produtor ao consumidor", declaração 24º Congresso.

ANEXO 1: GUIÃO PARA ENTREVISTAS

Perguntas gerais

1. Sexo M__ F__
2. Classe etária Jovem__ Adulto__ Velho__

B. Perguntas específicas

B1. Vendedores e ganhadores

1. A quanto tempo trabalha neste mercado?
2. Porque prefere trabalhar neste mercado?
3. Em outras épocas quais os outros produtos que vende registe os que ela vende actualmente)?
4. Onde adquiri os produtos que vende?
5. Qual e o seu horário de trabalho (inicio e fim)?
6. A que horas regista maior movimento?
7. Quais são os problemas que enfrenta neste local?
8. Que comparação faz entre o tempo em que os camiões (grossistas) paravam no Fajardo e agora que param na Malanga no que se refere a:
 - a) Quantidade que você vende
 - b) Número de vendedores neste mercado
 - c) Número de clientes que circulam neste mercado
9. Os camiões (grossistas) pararam alguns dias na rua de estação de comboio na Rua Nuno Alvares (via da pousada), sobre este período, responda:
 - Quais são as diferenças que sentiu em termos de quantidade que você vendia,
 - Número de vendedores que ficaram aqui no mercado
 - Número de clientes que circulavam aqui no mercado
10. Se os grossistas ficassem de vez naquela rua, o que farias em relação ao seu negócio?
11. Que informação sobre a transferência dos camionistas para Zimpeto?
 - a) Qual e o vossa envolvimento nesse plano (se foram consultados)
12. Como encara o plano de transferir os grossistas?

13. Que decisão vai tomar depois de se transferir o mercado?
14. Onde paravam os chapas quando os grossistas paravam no Fajardo?
15. Fala-se de problemas de balança que os clientes são cobrados, quando fazem compras. Como é que encaram isso?

B2. Para transportadores simi-colectivos

1. A quanto tempo faz esta via?
2. Porque prefere trabalhar nesta via?
3. Quais são os problemas que enfrenta nesta via?
4. Quem são os principais passageiros (revendedeiras ou passageiros que vem fazer compras ou mesmo passageiros comuns)?
5. Quando os camiões paravam no Fajardo onde era a paragem dos chapas?
6. Em que horas registam maior movimento de passageiros que saem dos chapas?
7. Quando os camiões pararam alguns dias na rua da pousada, alguns chapas também foram para lá, porque?
8. Que diferenças sentiu em relação a, partir daqui comparando com aquele tempo em que participam da rua da pousada?
9. O que acha que devia ser feito para facilitar vocês que saem deste mercado?
10. Tem informações da transferência dos grossistas para Zimpeto?
 - a) Qual tem sido o vosso envolvimento?
11. Como encarar o plano da transferência dos grossistas?
12. Que decisão espera tomar depois de se transferir os grossistas?

B3. Para compradores

1. A quanto tempo faz compra neste mercado?
2. Porque prefere comprar neste mercado?
3. Quais são os problemas que enfrenta neste mercado?
4. Quais são os produtos que normalmente compra?
5. Para onde leva os produtos que compra?
6. Quando os camiões paravam no Fajardo onde fazia suas compras?
7. A que horas sente muito movimento no mercado?

8. Quando os camiões pararam alguns dias na rua da pousada, onde fazia suas compras?

9. O que acha que devia ser feito para melhorar as condições deste mercado?

10. Tem informações da transferência dos grossistas para Zimpeto?

11. Como encara o plano da transferência dos retalhistas?

B4. Para moradores

1. A quanto tempo vive neste local?

2. Onde vivia quando os grossista vendia no Fajardo?

3. Quais são os problemas que enfrenta associados ao mercado da Malanga?

4. Quando começaram esses problemas?

5. Que atitude tomou para reduzir os problemas?

6. Quando os camiões paravam no Fajardo onde era a paragem dos chapas?

7. Em que horas registam maior movimento nesta rua?

8. Quando os camiões pararam alguns dias na rua da pousada, que diferenças sentiu em termos de movimento?

9. Como sentiu os problemas durante essa altura?

10. O que acha que devia ser feito para melhorar os problemas que referiu?

11. Tem informações da transferência dos grossistas para Zimpeto?

a) Qual tem sido o vosso envolvimento?

12. Como encarar o plano da transferência dos grossistas?

13. Como encara o plano da transferência dos retalhistas?

14. O que deseja acrescentar em relação a nossa conversa?

ANEXO 2: Questionário Para o Município

1. Em termos legais qual o mercado grossista do município
2. Os camionistas estacionavam no mercado Fajardo mas actualmente estacionam na Malanga. Quais foram os razoes para esta mudança
3. A sensivelmente 1 ano os camionistas estacionaram na avenida Nuno Alvares por alguns dias. a)Qual era o objectivo, b)Porque tiveram que regressar; c)Como foi o ambiente no mercado Malanga durante esses dias
4. Qual e plano do município em relação ao mercado Malanga e Fajardo
5. Na TVM passo informação segundo a qual o município pretende transferir os grossistas para a zona de Zimpeto. Quais as razões para isso? (fornecer informações sobre localização exacto do local)
6. Como será assegurado que os actuais problêmas de estacionar na Malanga não se farão sentir no novo local (Zimpeto)
 - Pedido de cópia de estudo realizado para a transferência ou pelo menos a metodologia usada; (resultados e recomendações).
7. Qual é a classificação do mercado Malanga e Fajardo (formal ou informal)
 - Pedir documento (Copias) que definem a classificação, incluindo os de comerciante formal; informal e vendedor ambulante.
8. O município e responsável pelas cobranças de exercício de actividade no mercado. Que outros obrigações tem os vendedores do mercado
9. As receitas cobradas nos mercados são 100% do município?
 - Caso não para onde vai a outra parte
10. O município recebe do governo central algum fundo que possa ser aplicado para melhoria das condições do mercado?
11. Qual a relação existente entre as receitas cobrados no mercado com o orçamento geral do estado.
12. Os transportadores públicos têm sido aplicados multas (pelo policia municipal) por transportar carga na bagageira. È proibido a existência de bagageira viatura de transporte público urbano?

13. Se é proibido o transporte de mercadoria em viaturas de transporte público urbano, como o município entende como ideal para que o mercado grossista possa a abastecer os restantes.

14. No interior de mercado Malanga há problemas organizacionais, roubos vendedores móveis, como o município pensa em acabar estes problemas

15. Que outros acções o município idealizou acerca do mercado Malanga e Fajardo

16. Pedido de autorização para levantamento nos mercados Fajardo e Malanga e no loca a construir o novo mercado.