

**31 - 03 | 2024**

# O SECTOR INFORMAL E QUALIDADE DE SERVIÇOS PRESTADOS AO CONSUMIDOR NA PROVÍNCIA DE MANICA

## The informal sector and quality of services provided to consumer in the Province of Manica

## El sector informal y calidad de los servicios prestados al consumidor en la Provincia de Manica

David Chadreque Chale<sup>1</sup>, Apoio Romão Bacalhane<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Associação Fórum dos Académicos de Moçambique (AFAMO), Moçambique, <https://orcid.org/0009-0004-2253-6831>, [david.chale@yahoo.com.br](mailto:david.chale@yahoo.com.br).*

<sup>2</sup>*Indústria e Comércio, Moçambique, [apoioromaobacalhane@gmail.com](mailto:apoioromaobacalhane@gmail.com).*

Autor para correspondência: [david.chale@yahoo.com.br](mailto:david.chale@yahoo.com.br)

*Data de recepção: 16-11-2023*

*Data de aceitação: 15-02-2024*

**Como citar este artigo:** Chale, D. C., & Bacalhane, A. R. (2024). O sector informal e qualidade de serviços prestados ao consumidor na Província de Manica. *ALBA - ISFIC Research and Science Journal*, 2(3), 102-113.

### RESUMO

A província de Manica e o país em geral, nestes últimos tempos, têm sido vítimas de práticas desonestas perpetradas pelo sector informal ao vender e prestar serviços ao consumidor. Fazem parte de vendedores desonestos, devidamente identificados, vendedores de fruta localmente produzida (banana, abacate, laranja, etc), vendedores de carvão vegetal e produtores de mobília manufacturada a partir da madeira local. Estudar a contribuição do sector informal para avaliar a qualidade de serviços prestados ao consumidor na província de Manica é, sem dúvidas, abrir um campo para mais estudos sobre o tema, academicamente, relevante e da actualidade. Em face desta problemática, a AFAMO como agremiação ligada à pesquisas científicas, em defesa do consumidor, achou conveniente, estudar o fenómeno desonesto para encontrar a principal razão que desconforta os consumidores da Província de Manica. A análise dos resultados da pesquisa a ser levada a cabo neste trabalho foi feita a partir da aplicação do método qualitativo, consubstanciado na recolha de dados via entrevistas semi-estruturadas, seleccionando

os entrevistados por conveniência. Neste estudo, constatou-se que a opção de praticar o comércio informal de produtos agro-florestais foi influenciada por factores económicos e sociais que dividem os vendedores informais que buscam a sobrevivência e os que procuram gerar riqueza. As relações sociais no seio dos vendedores informais são de inter-ajuda e reciprocidade. A venda de produtos agro-florestais praticada pelos vendedores informais gera benefícios económicos, sociais, culturais, políticos e ambientais que permitem melhorar a sua qualidade de vida. Os outros vêm os seus benefícios abaixo da linha da sobrevivência, porque os seus ganhos económicos são limitados devido a desonestidade no exercício da actividade comercial. A elaboração deste artigo científico, fundamentalmente, baseado no esforço conjugado entre académicos, autoridade local e governamental tem como pano de fundo, desencorajar a proliferação do fenómeno que estingue o conceito “qualidade” na República de Moçambique.

**Palavras-chave:** Consumidor, Qualidade, Sector Informal, Serviços Prestados.

### ABSTRACT

The Manica province and the country in general, in recent times, have been victims of dishonest practices perpetrated by the informal sector when selling and providing services to consumers. They are part of dishonest sellers, duly identified, sellers of locally produced fruit (banana, avocado, orange, etc.), sellers of charcoal and producers of furniture made from local wood. Studying the contribution of the informal sector to evaluating the quality of services provided to consumers in the Manica province is, without a doubt, opening a field for more studies on the topic, academically, relevant and current. In view of this problem, AFAMO, as an association linked to scientific research, in defense of the consumer, found it convenient to study the dishonest phenomenon to find the main reason that discomforts consumers in the Province of Manica. The analysis of the research results to be carried out in this work was carried out through the application of the qualitative method, embodied in data collection via semi-structured interviews, selecting interviewees based on convenience. In this study, it was found that the option to practice informal trade in agro-forestry products was influenced by economic and social factors that divide informal sellers who seek survival and those who seek to generate wealth. Social relationships within informal vendors are one of mutual help and reciprocity. The sale of agro-forestry products carried out by informal sellers generates economic, social, cultural, political and environmental benefits that improve their quality of life. Others see their benefits below the survival line, because their economic gains are limited due to dishonesty in the exercise of commercial activity. The preparation of this scientific article, fundamentally, based on the combined effort between academics, local and governmental authorities has as a backdrop, to discourage the proliferation of the phenomenon that extinguishes the concept “quality” in the Republic of Mozambique.

**Keywords:** Consumer, Quality, Informal Sector, Services provided.

## INTRODUÇÃO

A reflexão sobre o desenvolvimento é fundamental no contexto, não só internacional mas também nacional, especialmente no período contemporâneo, em que são ensaiados modelos que se desviam do reducionismo económico para colocar a ênfase no capital humano, político, social e ambiental. Isto não significa a desvalorização da contribuição do factor económico para o progresso das sociedades ou melhoramento das condições de vida das populações Maposse (2020).

Os processos de desenvolvimento foram, desde a emergência do conceito, encarados pelo discurso político como meio para alcançar o bem-estar, quer seja material ou imaterial. Se, por um lado, esses processos dependem dos vários recursos da natureza, por outro, esta dependência gerou dominação e delapidação, chegando-se ao extremo de colocar em causa a própria existência e perpetuação da humanidade (Maposse, 2023).

Moçambique é um país no qual as políticas e programas de desenvolvimento estão ainda orientados para o combate à pobreza. Ainda que o discurso político e governamental público estejam virados para a produção de riqueza, assiste-se a prevalência de populações vivendo em situações de pobreza extrema, principalmente nas zonas rurais, em que a agricultura, criação de animais e o comércio informal continuam sendo práticas de geração de rendimentos predominantes (Mosca, 2007).

As dinâmicas do desenvolvimento rural afectam a capacidade de mobilizar forças produtivas nacionais, cuja organização social e económica continua a ser altamente ineficaz do ponto de vista da acumulação económica nacional.

A província de Manica e o país em geral, nestes últimos tempos, têm sido vítimas dum fenómeno estranho, caracterizado por práticas desonestas ao venderem e prestarem serviços ao consumidor, sem as devidas qualidades, implicando, urgentemente, a necessidade de adoptar medidas para regular o comércio informal, provedor destes serviços. O envolvimento da AFAMO para trazer soluções

ao problema, ajudará ao consumidor, comprar sacos de carvão vegetal à seu contento, comprar fruta com amadurecimento natural (bananas, ananás, laranjas, tangerinas, abacates, etc.). O mesmo problema de qualidade, também se verifica nos acabamentos da mobília manufacturada pelos carpinteiros, nomeadamente, mesas, cadeiras, sofás, camas, portas, janelas, etc.

Na verdade, não são poucas as vezes, que viajando do campo para cidade, se pensa em comprar um saco de carvão vegetal, aparentemente bem ensacado e chegado ao destino final, haver decepção por encontrar no seu interior, desperdícios sem nenhum valor comercial! Apetecer comprar uma fruta local, aparentemente fresca e descobrir à boca, que não reúne qualidade esperada! Precisar de encomendar uma mobília local e notar que os seus acabamentos deixam a desejar!

Foi pensando neste tipo de desconforto social e que ultimamente está sendo encarado como normal, que a AFAMO, antes que fosse tarde, achou por bem desenvolver este trabalho de pesquisa para encontrar soluções capazes de desencorajar a proliferação deste fenómeno e trazer de volta, a noção de qualidade.

Satisfazer a qualidade dos serviços prestados ao consumidor é resolver o problema que impede o crescimento do sector informal, bem assim, o desenvolvimento de pequenas empresas imobiliárias na Província de Manica por falta de honestidade na venda dos produtos, tanto agro-florestais, quanto imobiliários, obrigando a que muitos consumidores prefiram comprar fora da Província ou fora do país.

Em geral, pretende-se com o presente artigo, avançar propostas de solução para desencorajar a venda de frutas, antes do tempo, forçada sua maturação por uso de produtos químicos, vulgarmente conhecidos por “PHEMO”. Pretende-se ainda, com o mesmo trabalho, propor soluções que travam a venda de sacos de carvão vegetal e mobília localmente produzidos, sem as devidas qualidades.

## MATERIAIS E MÉTODOS

O estudo foi realizado nos Distritos de Chimoio, Gondola, Báruè e Macossa, Província de Manica. Para a efectivação do presente trabalho, foram empregues os seguintes métodos:

### *Quanto a Abordagem*

A realização do estudo teve como método de abordagem qualitativo, que de acordo com Laville e Dione (1999), uma pesquisa qualitativa implica o contacto directo e sequenciado do pesquisador com o ambiente e o facto que está sendo investigado, o que exige um trabalho intensivo no local de pesquisa para vivenciar os factos e interagir com os actores inseridos em seu ambiente natural. Neste estudo, optou-se por uma abordagem qualitativa pela importância que se considerou de valorizar as peculiaridades do sector informal, partindo das experiências dos vendedores informais de produtos agro-florestais para formular qualquer interpretação sobre o fenómeno em estudo. A pesquisa qualitativa permitiu estabelecer um contacto directo com a realidade em estudo, permanecendo durante algum tempo no mercado.

### *Quanto aos objectivos*

Em relação aos objectivos do estudo, este é classificado de descritivo que consiste na observação, análise e registo de fenómenos e factos que têm uma relação com outros factos da mesma natureza e característica (Gil, 2008). Na pesquisa descritiva, faz-se a descrição através de registo de factos durante as observações feitas no campo de estudo, permitindo a consistência dos dados no momento da sua análise e interpretação (Lakatos & Marconi, 2003).

A pesquisa descritiva foi seleccionada porque se pretendeu fazer uma observação e levantamento de toda a informação relevante e disponível sobre as experiências dos vendedores informais nos mercados onde o estudo foi realizado, de modo a que todos os aspectos importantes para a compreensão da contribuição do comércio informal de produtos agro-florestais para o desenvolvimento

comunitário sejam efectivamente valorizados e integrados no quadro de análise e interpretação dos dados.

#### *Quanto aos procedimentos*

Recorreu-se o método bibliográfico que consistiu na recolha de informações em diversas obras que tratam da actividade de mercado informal. O método permitiu recolher e sumarizar informações que auxiliaram na produção do quadro teórico que guiou o trabalho.

#### *Técnicas e instrumentos de recolha de Dados*

A recolha de dados foi feita por meio da entrevista semi-estruturada. Carmo e Ferreira (2015) afirmam que a entrevista é uma conversa intencional, geralmente entre duas pessoas, podendo envolver mais pessoas, dirigida pelo pesquisador, com objectivo de obter informação sobre o sentimento e outros aspectos ligados a factores morais, sociológicos.

Neste trabalho, a entrevista semi-estruturada foi uma técnica aplicada com a finalidade de interpretar às relações sociais nos mercados sob ponto de vista do sentido que assumem para os indivíduos. Desta forma, com a entrevista semi-estruturada foi construído um guião de entrevista com um número limitado de perguntas cuja flexibilidade permitiu aprofundar aspectos que foram surgindo ao longo das conversas e que se mostraram relevantes para melhor compreensão do objecto de estudo.

O trabalho de campo consistiu praticamente na administração das entrevistas junto dos vendedores informais seleccionados. Estas foram realizadas durante três meses, de Julho a Setembro de 2023.

#### *Amostra*

A entrevista foi efectuada a 16 actores, dos quais 8 vendedores informais de produtos agrícolas, 3 de mel, 3 de carvão vegetal e 2 de mobílias, destes 16, 7 foram mulheres. Os vendedores entrevistados foram seleccionados com base numa amostra não probabilística por acessibilidade. Gil (2008) afirma que a amostra não probabilística é calculada com base no conhecimento que o investigador tem das características da população.

Os entrevistados residem nos distritos de Chimoio, Gondola, Bárue e Macossa. No variável tempo de inserção no mercado informal, o mínimo é de 1 ano e o máximo é de 17 anos. Por fim, dos entrevistados de Chimoio ocupam-se na venda exclusiva de produtos agro-florestais enquanto dos distritos de Gondola, Bárue e Macossa, dedicam-se também à prática da agricultura.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

### *Produtos vendidos nos mercados de Chimoio, Gondola, Bárue e Macossa*

Quanto aos produtos agro-florestais comercializados nos diversos mercados dos quatro distritos, foi possível identificar uma variedade parte deles, como se pode ver na tabela e os preços variáveis:

**Tabela 1: Produto nacional vendido nos mercados de Chimoio, Gonola, Bárue e Macossa**

Nº	Produto	Preço a Retalho por Distrito			
		Chimoio	Gondola	Bárue	Macossa
1	Carvão Vegetal (Saco)	400-500	250-450	250-300	200
2	Mobília (Peça)	150-50000	150-35000	150-35000	150-35000
3	Mel (Litro)	250-300	250-300	150-200	100-200
4	Laranja (Saquito)	50-200	50-100	100-250	250-300
5	Tangerina (bacia pequena)	20-50	20-50	50-100	70-110
6	Abacate (Cada)	5-10	2-5	5-15	10-15
7	Banana (cacho)	10-70	5-50	5-70	30-100
8	Manga (cada)	2-20	1-10	2-20	2-10
9	Ananás (cada)	8-15	10-20	10-30	20-35

Fonte: David Chale e Apoio Romão Bacalhane (2023)

Importa referir que, estes não são apenas os produtos vendidos nos mercados dos quatro distritos, existem mais produtos, que os vendedores informais têm vendido numa forma diversificada nas suas mesas, mas estes são de maior destaque devido a desonestidade, conforme a realidade vivida pelos pesquisadores tanto como pelas comunidades.

Factores que influenciam a prática do comércio informal de produtos agro-florestais Esta secção aborda os factores que influenciam a prática do comércio informal com a finalidade de compreender os que concorrem para que a oferta de produtos seja realizada nas condições constatadas nos mercados. Este estudo começou por analisar as razões que levaram os entrevistados a se inserirem no mercado informal para a comercialização especificamente de produtos agro-florestais. Constatou-se a existência de diferentes factores influentes, começando por aqueles de ordem económica, como demonstram as passagens seguintes:

“Eu tenho 7 filhos, meu marido é biscateiro, vendo banana, laranja, tangerina entre outros produtos agrícolas para não morrer de fome. Aqui apanho dinheiro para alimentar a minha família, comprar outras coisas lá para casa.” (Entrevistada 1-Chimoio, com 4 anos no mercado informal).

“Agora não é fácil conseguir emprego e para sobreviver, só pode-se procurar vias alternativas. Esperei muito por trabalho, então acabei entrando para o mercado informal vendo carvão para não morrer de fome.” (Entrevistado 13- Bárue, com 5 anos no mercado informal).

“Os meus pais são camponeses e estudei até 5ª Classe, pela crise financeira abri minha machamba e casei constituí minha família, além desta actividade produzo carvão para diversos fins.” (Entrevistado 14-Macossa, com 8 anos no mercado informal).

“Abandonei a escola, porque minha mãe sofria muito para trazer comida em casa e abracei esta área para ajudar minha mãe, tenho algumas colmeias e quando faço colheita vendo e reforço comida em casa, visto que na cidade se

não trabalha morre a fome” (Entrevistado 10-Bárue, com 13 anos no mercado informal).

No entanto, a entrada dos entrevistados para o comércio informal foi motivada por vários factores que vão desde os económicos, sociais até os culturais como se expôs nas passagens anteriores. Na primeira categoria de factores, os económicos, destacam-se dois aspectos motivadores da entrada para o mercado informal. De um lado, está a busca pelo trabalho em resultado da dificuldade que se enfrentou em conseguir um emprego no sector formal, pelo que, o sector informal surge como alternativa. Do outro lado, está a busca por uma fonte de renda por duas razões. Enquanto uns buscam no mercado informal uma fonte de renda para a sua sobrevivência, outros buscam uma fonte de renda para a conquista e exercício da sua autonomia em relação às pessoas de quem dependiam.

A entrada no comércio informal por parte dos entrevistados, segundo estes é motivado por factores económicos de diversa ordem, desde a busca pela sobrevivência (Chichava, 1998), busca por formas alternativas de trabalho, pelo menos na sua etapa inicial (Mosca, 2007). A identificação dos factores económicos antes alistados, dentre outros, tem concorrido para que o sector informal seja apontado como “fruto de uma necessidade, originada pela retracção do sector formal que não proporciona novas oportunidades de emprego ou de subsídio de desemprego.” (Silva, s.d.).

Visão contrária à do sector informal como alternativa do formal é defendida por Latouche (2003), autor ao qual se alia neste trabalho, pois se trata do referencial teórico complementar operacionalizado. De acordo com a perspectiva defendida por esse autor e neste trabalho, o sector informal não pode apenas representar uma via alternativa, embora o seja para algumas pessoas, pois nas sociedades africanas, a informalidade representa uma forma particular de auto-organização.

Noutras categorias de motivos acima arrolados, social e cultural, é possível observar a existência de factores apontados como peculiares das sociedades africanas. De um lado, alguns entrevistados apontaram para as

relações sociais que estabeleciam com outros actores que já se encontravam a dedicar-se ao comércio informal e, do outro lado, aqueles que indigitaram o facto de o comércio informal de produtos agrícolas ser uma prática cultural da sua família, o que está associado ao facto da mesma ter a agricultura como a sua fonte principal de renda. Os vendedores informais não vivenciam da mesma forma as experiências de comercialização de produtos agro-florestais no sector informal da província de Manica.

### 3.3. Qualidade dos produtos fornecidos no mercado informal

Atendendo que os produtos vendidos são de origem agrícola ou florestal, questionou-se os interlocutores sobre a qualidade destes e as respostas foram as seguintes:

“Nos últimos anos abanana que agente vende até batata-doce agente põe produtos químicos para amadurecimento rápido e em caso de batata-doce para ser grande para atrair cliente para que este produto não leve tempo na praça” (Entrevistado 3-Báruè, com 8 anos no mercado informal).

“Eu, apenas vendo manga, laranja, tangerina nas artérias da cidade, os clientes aderem muito e por mi não tenho motivo de queixa, apesar que os policia municipais que muitas vezes arrancam-nos os pertences, comprometendo comida em casa” (Entrevistado 2-Chimoio, com 12 anos no mercado informal).

“Vendo banana aqui no 38, mas comecei como ambulante, mas actualmente estou num lugar fixo e compro verde com os de Macate e dai uso produto que vem de Zimbabwe e questionada das razões do uso do produto, esta afirmou que é para amadurecimento rápido e o produto sai facilmente porque é bonito, apesar que perde o sabor, mas já que trata-se de negocio, é assim.” (Entrevistada 2, com 20 anos no mercado informal).

“Faço revenda de laranja, lixi e tangerina aqui no Cafumpe, mas para ter lucro agente junto bico com normal de preço baixo, há vezes que quando está quase a amadurecer, tira-se e usa-se produto químico para amadurecimento rápido e sua venda, as razões deste acto é para ter dinheiro e não morrer de fome”

(Entrevistado 7-Macossa, com 6 anos no mercado informal).

“Neste país sem esperteza no mercado, morresse a fome, porque os produtos das bancas estão caro, para tal nós também fazemos caro, onde passa por especulação de preço, amadurecimento rápido de laranja e mistura com sem qualidade, até que haja justiça em todo canto do país” (Entrevistado 8-Macossa, com 13 anos no mercado informal).

Bertin & Genard (2018) afirmam que a qualidade dos produtos agrícolas é afectada por variações fenotípicas, condições climáticas, e o sistema produtivo. Devem ser analisadas características nutricionais básicas (proteínas, carboidratos, gorduras, vitaminas, minerais, etc.), aparência visual (tamanho, forma, cor, etc.) e o sabor dos produtos vegetais que atendam às expectativas do consumidor.

Aular & Natale (2013) enfatiza na qualidade dos frutos que é o resultado da somatória da acção de vários factores, em especial do efeito individual e combinado dos nutrientes. O adequado atendimento das exigências nutricionais faz com que as plantas frutíferas possam expressar todo seu potencial genético os quais são expressados em parâmetros como cor, aroma, forma, tamanho, aparência, resistência à penetração, incidência de doenças, baixos níveis de desordens fisiológicos, características físico-químicas e maior vida útil da pós-colheita dos frutos

“O mel que vendo Cá em Báruè tem qualidade, porque é natural e uso rede mosquiteira para coar, apesar que alguns no tempo de crise falsificam pondo água e açúcar para ter lucro” (Entrevistado 10-Macossa, com 13 anos no mercado informal).

“Sempre produzo e vendo mel em Macossasede, quem ensinou-me foi meu pai, um dos desafios é ter material próprio para processamento do mel para garantir a qualidade.” (Entrevistado 11, com 3 anos no mercado informal).

Os parâmetros físico-químicos são primordiais para garantir a qualidade do mel. As variações são comuns, porém existem parâmetros constantes dentro de um intervalo, quanto a essa variação da composição físico-químicas, permitindo assim o controle de qualidade

(Alves, 2008). Das entrevistas feitas mostra-se que a questão de qualidade do mel é péssimo, dada forma de produção e venda.

“Faço camas, e tem muita saída aqui na cidade algumas pessoas dos outros distritos compra comigo, a material chave usado é madeira, caixas conseguidas nas lojas” (Entrevistado 15-Chimoio, com 11 anos no mercado informal).

“Tenho 12ª Classe, mas por falta de condições para formação, atendendo que para entrar nestas precisa pagar padrinho um valor ao padrinho e eu não tenho estas condições, para alimentar-me ajudo o meu tio e aproveito os pedaços para fazer bancos portas entre outros” (Entrevistado 16-Chimoio, com 3 anos no mercado informal).

Os entrevistados, neste caso vendedores informais de produtos agro-florestais dos quatro distritos, nos seus pronunciamentos mostram claramente que os produtos vendidos não tem qualidade é duvidosa por parte de alguns vendedores, ora vejamos na venda de carvão os sacos primeiro insere-se os restos de carvão e na parte superior põem-se bom carvão, na venda de produtos agrícolas usam produtos químicos para amadurecimento rápido de frutas como a banana, abacate, laranja na venda do mel falsificam através de água e açúcar e na mobília (mesas, cadeiras, sofás, camas, portas, janelas), a madeira usada não é de boa qualidade e, por conseguinte, em pouco tempo, a mobília perde as características, prejudicando a saúde do cliente e renda familiar e até decepção.

#### 3.4. Impacto do comércio informal na venda dos produtos agro-florestais

Este tópico é dedicado à apresentação e discussão dos dados referentes ao impacto que o comércio informal de produtos agro-florestais tem no desenvolvimento comunitário. Questionados do impacto desta actividade, estes afirmaram que:

“Dos produtos que vendo, acho que consumido em excesso prejudica a saúde, se houve-se formas para minimizar seria bom parar de por este medicamento na banana” (Entrevistado 6-Macossa, com 8 anos no mercado informal).

“Mel aqui na cidade agente vende mel puro, tentei vender pirateado, fui batido, eis a razão de optar por honestidade no negócio.”

(Entrevistado 9-Chimoio, com 12 anos no mercado informal).

“O produto que aplicamos nas frutas é prejudicial a saúde, visto que algumas pessoas não compram este tipo de banana.” (Entrevistada 2-Chimoio, com 20 anos no mercado informal).

“A Laranja vendida, grande parte não tem suco, mas agente ganha dinheiro.” (Entrevistada 7-Gondola, com 20 anos no mercado informal).

Para o efeito, aprofunda-se o impacto dessa actividade económica embora não se reduza a esse factor no melhoramento das condições de vida económica, social, cultural, política e ambiental dos vendedores informais. Esta actividade tem efeitos negativos a saúde humana devido aos produtos que aplicam nas frutas, mel, falta de honestidade também no carvão onde uma parte insere cinza e depois carvão verdadeiro e no fabrico de mobília sem material duradouro, não vernizam só para ter proveito de grande escala. Além destas particularidades, é notável num lado impactos positivos desta actividade, como se elenca nos parágrafos a seguir.

Latouche (2013) afirma que no vocabulário cultural das sociedades africanas não existem termos correspondentes ao desenvolvimento enquanto económico e progressista. Não se pretende, de forma alguma, negar a necessidade de valorizar e analisar o indicador económico para a promoção do desenvolvimento comunitário, doravante, este conceito é por vezes substituído pela expressão “melhoria na qualidade de vida” dos actores sociais nas dimensões aqui exploradas, pelo que, começa-se do mesmo para estudar os casos dos vendedores informais de produtos agro-florestais.

Os depoimentos seguintes mostram que o comércio informal de produtos agro-florestais tem diferentes impactos na situação económica dos vendedores informais e seus agregados ao nível comunitário, começando pelo que se manifesta na capacidade de sobrevivência dos seus praticantes e respectivos agregados familiares, como se pode constatar:

“Vender frutas não é luxo, mas sim são arranjos da vida para garantir pão e caderno aos meus filhos, dado o nível de pobreza. Isso não ajuda.

O governo devia nos ajudar como acontecia com Guebuza com fundo de desenvolvimento” (Entrevistado 5-Macossa, com 20 anos no mercado informal)

“Estou a exercer esta actividade porque não tenho outra actividade, além da agricultura, para o sustento da família” (Entrevistado 4, com 10 anos no mercado de trabalho)

Para estes vendedores informais, a comercialização de produtos agro-florestais não serve apenas para assegurar a sua sobrevivência e seu agregado familiar, também aumenta o valor sócio-ambiental, visto que nesta actividade envolve relação social e estes com o ambiente natural. No mesmo mercado informal, existem vendedores que gozam de uma boa qualidade de vida com tendência a melhorar cada vez mais sobre ponto de vista de condições económicas para atender às suas necessidades em resultado da sua actividade informal de comercialização de produtos agro-florestais.

Vendedores para a sobrevivência e vendedores para acumulação de riqueza são as categorias básicas verificados no terreno. Estas categorias ficam mais evidentes quando se refere aos efeitos económicos do comércio de produtos agro-florestais ao qual os entrevistados se dedicam no quotidiano do seu trabalho no sector informal. De acordo com os dados, os vendedores informais para sobrevivência reconhecem o facto de a sua actividade comercial permitir apenas gerar renda para assegurar a satisfação das suas necessidades básicas e dos seus respectivos agregados familiares, pelo que, o que ganham não permite acumular riqueza.

Nas condições descritas nos parágrafos anteriores, sob ponto de vista do melhoramento das condições de vida, enquanto dimensão do desenvolvimento local, a variável económica do comércio informal de produtos agro-florestais não tem tido efeitos positivos para os seus praticantes e para as pessoas de quem delas dependem.

Tendencialmente, o sector informal tem sido indigitado apenas como fonte de renda para a sobrevivência, sendo que os recursos económicos decorrentes das actividades realizadas nele se mostram limitados para geração de riquezas (Silva, s.d). É um aspecto

positivo do sector informal assegurar a sobrevivência de alguns agregados familiares (Latouche, 2013).

De facto, para alguns dos praticantes do comércio informal, esta actividade tem gerado efeitos positivos na sua condição económica. O comércio informal de produtos agro-florestais tem permitido aos seus praticantes e seus respectivos agregados familiares acumulare riqueza e gerarem recursos económicos que permitem gozar de um padrão de vida de qualidade. Enquanto para alguns vendedores informais desta segunda categoria, a actividade comercial informal sempre foi uma das fontes de rendimento da sua família desde gerações passadas por meio da qual reproduzem um elevado nível de recursos económicos, para outros, é a recente entrada nesse sector de actividade que tem possibilidade gerar recursos económicos e fazer melhorar o seu padrão de vida, na medida em que têm podido adquirir bens próprios, como casa.

A análise dos casos dos vendedores informais que conseguem acumular riqueza e melhorar a sua condição económica leva a considerar relevante o argumento de Latouche (2013) segundo o qual a actividade informal nas sociedades africanas se tem revelado uma verdadeira fonte de riqueza, acolhendo experiências de pessoas que vêm melhorar o seu padrão de vida. Neste sentido, é reducionismo ver o sector informal como alternativa à dificuldade de se inserir no sector formal. Alguns vendedores informais estão no sector informal como uma forma de reprodução da organização social familiar (Latouche, 2013) ou ainda como fonte de rendimento suplementar (Ismail & Horn, 1997 citado por Silva, s.d).

A actividade informal associada a maior ou menor possibilidade de fazer do comércio informal de produtos agro-florestais uma fonte de recursos para acumulação de riqueza. Se, de um lado, os vendedores informais que são simples revendedores apontam para o preço dos produtos como factor que dificulta a ultrapassagem da linha de sobrevivência, do outro lado, os que comercializam produtos que eles mesmos produzem, ou seja, são vendedores-produtores, vêm o comércio informal dos produtos agro-florestais uma

fonte de riqueza. Na dimensão social do desenvolvimento local, explorou-se a contribuição do comércio informal para a ampliação das escolhas dos vendedores e para o estabelecimento de relações sociais.

Acerca dessa questão, a definição de mercado de Waquil, Míe e Schultz (2010) é elucidativa. De acordo com os autores, o mercado “pode ser entendido como uma construção social, como um espaço de interacção e troca, regido por normas e regras (formais ou informais), onde são emitidos sinais (por exemplo, os preços) que influenciam as decisões dos actores envolvidos”. (Waquil, Míe, & Schultz, 2010, p. 11)

Durkheim (1977) afirma que a crescente especialização do trabalho entre os indivíduos é o factor que torna necessário o relacionamento entre eles de modo que cada um possa ter acesso aos serviços prestados por outros que não pode realizar sozinho. Daqui resulta a solidariedade orgânica que se vê como característica do mercado nos três distritos. A partir dos papéis atribuídos aos actores presentes no mercado informal acima alistados é possível constatar que a troca – no sentido económico do termo é uma das dimensões das relações sociais vivenciadas no sector informal. No entanto, com base nos últimos três depoimentos acima se pode também observar que dentre outras dimensões dessas relações está a de amizade, inter-ajuda, dádiva, reciprocidade.

De um lado, entre os vendedores e os clientes, os primeiros ajudam os segundos dando produtos de empréstimo e os clientes ajudam aos vendedores com o transporte de produtos agro-florestais e em dinheiro. Entre os vendedores informais de produtos agro-florestais a ajuda mútua ocorre também por meio de produtos e monetariamente. Por fim, as relações de cooperação ocorrem entre os vendedores em situações nas quais lutam pela satisfação de interesses comuns do sector. No caso específico deste trabalho a cooperação entre os vendedores informais tem ocorrido em situações, entre outras, nas quais se opõem aos polícias municipais que realizam suas actividades no sector informal ou apresentam suas reclamações junto do conselho municipal.

Durkheim (2004) afirma que a ameaça sofrida pela interferência de um factor externo na consciência colectiva tem sua função no reforço da moral entre os indivíduos. Referindo-se ao crime como factor positivo da solidariedade social. No caso do sector informal, os vendedores de produtos agro-florestais entrevistados reforçam a moral que os une a medida que cooperam e se juntam em laços de inter-ajuda para se opor aos polícias municipais que são vistos como uma ameaça ao exercício da sua actividade de comércio.

No entanto, atenta-se especialmente para às relações de inter-ajuda e cooperação por reflectirem a particularidade do sector informal nas sociedades africanas. Latouche (2003) afirma que, na África, as sociedades africanas informais recorrem à estratégia relacional para estabelecer redes de relacionamento que permitem, não só a sua sobrevivência, como também promover melhorias das suas condições de vida.

Em suma os entrevistados dos quatro distritos, mostram claramente que os produtos por eles vendidos, não têm qualidade, desde os sacos de carvão que na parte inferior colocam desperdícios de carvão e na parte superior, carvão de qualidade; os produtos agrícolas, principalmente hortícolas, usam fertilizantes, herbicidas, insecticidas para forçar a maturação e crescimento das plantas. No negócio de mel, algumas pessoas falsificam, usando água e açúcar para aumentar a quantidade e gerar lucros. Na mobília (mesas, cadeiras, sofás, camas, portas, janelas), a madeira usada não é de boa qualidade e, por conseguinte, em pouco tempo, a mobília perde as características, decepcionando os clientes.

#### *O nível de qualidade de serviços prestados*

Os entrevistados de quatro distritos, mostram claramente que os produtos agro-florestais que eles vendem, incluindo os sacos de carvão, não têm qualidade desejada. Os produtos agrícolas, principalmente hortícolas, seu desenvolvimento é auxiliado por fertilizantes, herbicidas, insecticida para forçar o crescimento das plantas e maturação. No negócio de mel, algumas pessoas falsificam, usando água e açúcar para aumentar a quantidade e gerar lucros. Na mobília (mesas,

cadeiras, sofás, camas, portas, janelas), a madeira usada não é de boa qualidade e, por conseguinte, em curto tempo perde as características físicas, decepcionando assim, os usuários.

#### *Algumas soluções*

Ao analisar a contribuição do comércio informal de produtos agro-florestais, partimos duma perspectiva que combina com uma abordagem crítica do paradigma fundada na ideia do melhoramento de qualidade de serviços fornecidos pelo mercado informal na Província de Manica. Com o presente artigo, se pretende avançar propostas de solução que desencorajem a prática de venda de produtos agrícolas, antes do tempo e ainda desencorajar a venda de sacos de carvão vegetal, cheios de desperdícios e mobílias manufacturadas, sem a devida qualidade.

Faz parte de solução deste problema, a mobilização de vendedores, através de palestras para não colocarem no interior do saco de carvão vegetal, desperdícios sem valor comercial, evitando assim, medidas punitivas nos termos da lei.

Os produtores de mobília feita de madeira local, devem ter uma capacitação direccionada à conferir noção de qualidade à mobília por si produzida. No passado, não muito distante, a mobília produzida pelos carpinteiros locais era devidamente lixada e envernizada para ter bons acabamentos ao gosto do cliente. Hoje em dia, por ausência de noção de qualidade, isso, nem sequer faz parte da preocupação dos profissionais. A madeira com partes brancas, não devia ser usada para produzir mobília, sim, para outros fins.

Numa acção coordenada entre académicos, autoridade local e Governamental, a venda de fruta antes do tempo, deve ser proibida, pois, o que se tem assistido na época da fruta, sobretudo no Distrito de Gondola é a venda de laranja, tangerina, lixi sem suco, altamente azedas. A venda de ananás verde, também azeda, constituem motivos de decepção para os consumidores, pondo em causa o factor qualidade.

Ainda, numa acção coordenada entre académicos, autoridade local e Governamental é preciso proibir o uso de pesticidas que

forçam a maturação precoce da fruta localmente produzida com maior realce, a banana, abacate, etc.

#### **CONCLUSÃO**

As propostas de solução avançadas neste trabalho de pesquisa, fazem parte de estratégias científicas apropriadas para desencorajar a prática de vendas de fruta, antes do tempo de maturação natural. Igualmente, as mesmas estratégias é aplicáveis àqueles que vendem a mobília, sem qualidade, bem assim, os que vendem sacos de carvão vegetal, sem nenhum valor comercial.

No que concerne às experiências referentes ao comércio informal, a metodologia qualitativa adoptada neste trabalho, permitiu satisfazer os objectivos. Buscou-se identificar os factores que conduzem aos vendedores informais a se inserirem no mercado informal de comércio de produtos agrícolas, tendo-se observado diferenças entre os que buscam uma fonte de sobrevivência em resultado da falta de oportunidades para ter acesso a fonte de renda no sector formal e os que buscam riqueza. Isto é geralmente destacado na literatura relevante sobre o assunto. Por outro lado, se entendeu que os vendedores informais desta área são motivados pelas relações sociais que estabelecem com alguns actores que já se encontram no sector informal e pela tradição familiar e se infere neste trabalho é que esta actividade representa a fonte para sobrevivência e, simultaneamente, para geração de riqueza nalgumas pessoas dos quatro distritos em estudo.

A reprodução do comércio de produtos agro-florestais no sector informal sujeita seus praticantes a uma série de impasses que vão desde as dificuldades de pagamento de taxas fiscais, transporte de mercadorias, passando pela concorrência desleal dos vendedores informais de fora do mercado até às cobranças ilícitas feitas pela polícia municipal.

As relações entre vendedores informais e seus clientes se mostram mais fortes, sendo que é entre eles que se realizam e reproduzem os actos de dom e de reciprocidade, permitindo a

inter-ajuda e a cooperação. Mesmo os vendedores que possuem laços fracos com outros partilham essas lógicas relacionais. Por um lado, é desagradável pela forma de alguns não levarem a sério esta actividade, sobretudo na desonestidade no fornecimento dos produtos.

O comércio informal de produtos agro-florestais permite aos vendedores informais acumular capital social, fazendo crescer o seu nível de associação e autonomia na realização das suas escolhas e conquistar reconhecimento social mesmo que exista quem enfrente obstáculos em gerar esses benefícios. Sob ponto de vista cultural, essa actividade informal favorece a reprodução cultural da prática como xitique, bem como danças e canções tradicionais, que reflectem elementos culturais dos vendedores informais.

Ao nível político, o sector informal constitui um espaço de participação, onde os vendedores informais se inserem em acções colectivas com vista a lutar para influenciar a tomada de decisões ao nível institucional sobre questões que lhes dizem respeito. Essa participação ocorre tanto por meios formais quanto informais. É a existência desses dois meios de participação que possibilita uma participação generalizada, incluindo daqueles vendedores que não estão formalmente associados. Ainda assim, os vendedores informais enfrentam ainda impasses que reflectem a ausência de decisões institucionais que satisfaçam os seus interesses.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alves, E. M. (2008). *Identificação da flora e caracterização do mel orgânico de abelhas africanizadas das ilhas floresta e laranjeira, do alto do rio paraná*. 77 f. Tese (doutorado em zootecnia) – centro de ciências agrárias, universidade estadual de maringá, maringá, 2008.
- Aular, J., & Natale, W. (2013). *Nutrição mineral e qualidade do fruto de algumas frutíferas tropicais: goiabeira, mangueira, bananeira e mamoeiro*. Revista brasileira de fruticultura, 35(4), 1214-1231.
- Bertin, N., & Génard, M. (2018). *Tomato quality as influenced by preharvest factors*. Scientiahorticulturae, 233, 264-276.
- Carmo, H. & Ferreira, m. (2015). *Metodologia da investigação: guia para autoaprendizagem*. Lisboa: universidade aberta. 316 p disponível: <https://repositorioaberto.uab.pt/handle/10400.2/5963>. Disponível em: coutinho, r. (2014). *A história do comércio*. Disponível em: <<http://cultura.culturamix.com/curiosidades/a-historia-do-comercio>>. Acessadoem: 29 de outubro, 2023.
- Chichava, J. A. C. (1998). *O sector informal e as economias locais*. Programa de reforma dos órgãos locais. Série: textos de discussão. Número 8. Ministério da administração estatal, maputo.
- Durkheim, E. (1977). *A divisão do trabalho social*. Lisboa: editorial presença.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6ª ed, são paulo: editora atlas s.a.
- Latouche, S. (2013). *A África pode contribuir para resolver a crise do ocidente?* (trad. Acácio sidinei almeida santos), espaço plural, ano xiv, nº 28, p. 175 – 197.
- Lavillec., & Dionne J. A. (1999). *A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Belo Horizonte: ufmg.
- Lavillec., & Dionne J. A. (1999). *A construção do saber: Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Belo horizonte: ufmg.
- Maposse, J. F. (2020). *Comércio informal de produtos agrícolas e desenvolvimento local – distrito da manhiça no período de 2015 à 2018 Maputo*. Dissertação apresentada ao departamento de sociologia da faculdade de letras e ciências sociais (flcs) da universidade

Chale, D. C., & Bacalhane, A. R. (2024). *O sector informal e qualidade de serviços prestados ao consumidor na Província de Manica.*

eduardo mondlane como requisito parcial para obtenção do grau de mestre em sociologia rural e gestão de desenvolvimento.

Marconi, M. A. & Lakatos, E. M. (2003). *Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projecto e relatórios.* São paulo: atlas.

Mosca, J. (2017). *A agricultura familiar em moçambique: ideologias e políticas.* Revista nera, n. 38, pp. 68-105. Disponível em: [file:///c:/users/mathole%20oc%20therapist/downloads/5296-19347-1-pb%20\(3\).pdf](file:///c:/users/mathole%20oc%20therapist/downloads/5296-19347-1-pb%20(3).pdf). Acessadoem: 29 de outubro, 2023.

Silva, O. L. (s.d). *O impacto da economia informal no processo de desenvolvimento na África subsariana.* (dissertação), universidade técnicas de lisboa, instituto superior de economia e gestão.

Waquil, P. D., Miele, M. & Schultz, G. (2010). *Mercados e comercialização de produtos agrícolas.* Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downoadserie/derad016.pdf>. Acessadoem: 30 de outubro, 2023.