

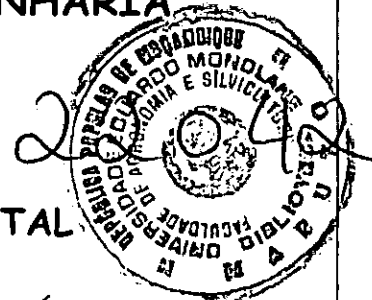
633.17 : 631.1 (679.77) + (679.9)
P.P.V. 75 Pol

PPV. 75

UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE
FACULDADE DE AGRONOMIA E ENGENHARIA
FLORESTAL

DEPARTAMENTO DE PRODUÇÃO VEGETAL

SECÇÃO DE COMUNICAÇÃO E SOCIOLOGIA AGRÁRIA

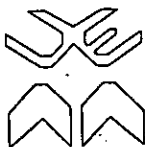


TESE DE LICENCIATURA

*Mulheres comerciantes de milho:
Um estudo do caso de mercado Chiquelene, Cidade de Maputo
e Cruzamento do Inchope, Província de Manica*

Autora: Emília Verónica Lázaro Polana
Supervisor: Antoinnete Van Vugt
Co - Supervisor: Luís Artur

Maputo, Junho de 2003.



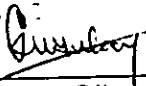
P.P.V. 75

UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE
FACULDADE DE AGRONOMIA E ENGENHARIA FLORESTAL

ACTA DE TRABALHO DE LICENCIATURA

Em sessão de defesa pública do Trabalho de Licenciatura, ocorrida a 13 de Maio de 2003, o Júri atribuiu a nota de DEZ (10) Valores à estudante Emília Verónica Lázaro Polana, após a apresentação do trabalho sob o título "Mulheres comerciantes de milho: estudo de caso dos mercados de Chiquelene, Cidade de Maputo e Cruzamento do Inchope, Província de Manica".

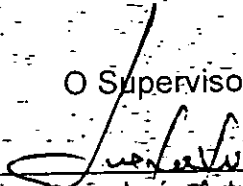
O Presidente do Júri


(Prof. Doutor Gilead Mlay)

O Oponente


(eng. Castilho Amital)

O Supervisor

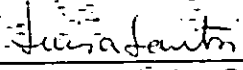

(eng. Luís Artur)

A estudante supracitada, completou todos os requisitos para a conclusão do Curso de Engenharia Agronómica, com orientação em Produção e Protecção Vegetal.

Departamento de Produção e Protecção Vegetal


Maputo, aos 7 de Julho de 2003.

A Directora do Curso


(Prof. Doutora Luisa Santos)

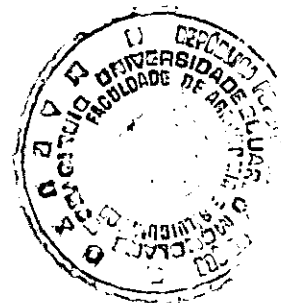
Enviamos para a Biblioteca uma (1) cópia do Trabalho de Diploma sob o título acima referido.

Recebi,
A Responsável pela Biblioteca


(Maria Isabel Pereira)

8/07/03

DEDICATÓRIA



Dedico este trabalho de licenciatura à memória da minha falecida mãe.

AGRADECIMENTOS

Os meus agradecimentos vão para todos aqueles que directa ou indirectamente, contribuíram para os meus estudos em especial a minha supervisora Antoinette van Vugt e ao Senhor Fion De Vletter pelo apoio e paciência inesgotável que tiveram na condução deste trabalho.

As minhas irmãs, ao José Daí, Dona Mónica, Jan de Moor, Atumane Nuro e ao Anastácio Quaria por terem-me ajudado em todas as fases deste trabalho.

Aos meus colegas de Faculdade, vai aquele grande abraço em especial ao Atumane Nuro.

LISTA DE ABREVIATURAS

ACP	Países da África e Caraíbas.
ACNUR	Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados.
AGRICOM	Empresa Estatal responsável pela comercialização agrícola.
CEA	Centro de Estudos Africanos.
CEP	Centro de Estudos da População.
CTA	Centro Técnico de Cooperação Agrícola.
DEA	Direcção de Economia Agrária.
DNCI	Direcção Nacional de Comercio e Turismo.
DNE	Direcção Nacional de Estatística.
DNF	Direcção Nacional de Finanças.
DNPF	Direcção Nacional de Planeamento Físico.
DNS	Direcção Nacional de Saúde.
DINAGECA	Direcção Nacional de Geografia e Cadastro.
FAEF	Faculdade Agronomia e Engenharia Florestal.
FL	Faculdade de Letras.
ICM	Instituto de Cereais de Moçambique.
IIRGPH	Segundo Recenseamento Geral da População e Habitação.
INE	Instituto Nacional de Estatística.
MEDA	Menonite Economic Develop Associates.
MICTUR	Ministério do Comércio e Turismo.
MOA	Ministério da Agricultura.
MSU	Universidade do Estado de Michigan.
MULEIDE	Mulher, Lei e Desenvolvimento.
ONG	Organização Não Governamental.
Pág.	Página.
PIB	Produto Interno Bruto.
PRE	Programa de Reabilitação Económica.
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento.
Tab.	Tabela.
UA	Acção Conjunta.
UE	União Europeia.
UEM	Universidade Eduardo Mondlane.
USACE	Comunidade Europeia e Estados Unidos da América.

LISTA DE ANEXOS

- Anexo.1.** Guião e questionário com tópicos para as mulheres comerciantes de milho.
- Anexo.2.** Mapa do Distrito de Gondola.
- Anexo. 3.** Mapa da Cidade de Maputo.

LISTA DE TABELAS

- Tabela 1. Número de vendedoras encontradas nos dois mercados
- Tabela 2. Origem das mulheres comerciantes nos dois mercados
- Tabela 3. Estado civil das mulheres comerciantes
- Tabela 4. Chefes dos agregados das mulheres comerciantes
- Tabela 5. Nível de escolaridade das mulheres comerciantes
- Tabela 6. Idade das mulheres comerciantes
- Tabela 7. Actividades produtivas dos membros do agregado familiar
- Tabela 8. Actividades anteriores das mulheres comerciantes
- Tabela 9. Motivo de entrada para o negócio dado pelas mulheres comerciantes
- Tabela 10. Proveniência do dinheiro para iniciar a actividade de comercialização milho
- Tabela 11. Dificuldades enfrentadas pelas mulheres comerciantes
- Tabela 12. Tipo de transporte e forma de pagamento
- Tabela 13. Formas de armazenamento e pagamento pelas mulheres comerciantes
- Tabela 14. Principais constrangimentos de comercialização por entrevistada
- Tabela 15. Regiões de compra e os contactos
- Tabela 16. Formas de pagamento e quantidades compradas

RESUMO

O presente Trabalho constitui uma tese de licenciatura em Engenharia Agronómica e, foi realizado no cruzamento de Inchope, no Distrito de Gondola, Província de Manica e no mercado de Chiquelene, na Cidade de Maputo, na Província de Maputo, entre os meses de Fevereiro e Julho de 2000 e nos meses de Março a Setembro de 2001.

O objectivo era de descrever e comparar a comercialização do milho feito pelas mulheres nos mercados de Chiquelene, Cidade de Maputo e cruzamento de Inchope, Distrito de Gondola. Para alcançar este objectivo, realizou-se na primeira fase a revisão bibliográfica para o levantamento de informação necessária sobre o perfil da mulher, o acesso e controlo sobre os recursos e benefícios numa comunidade patrilinear e matrilinear e necessidades práticas e interesses estratégicos e sobre os mercados informais e formais e agentes de mercado. Para o trabalho de campo elaborou-se um guião para as entrevistas. Foram entrevistadas um total de 20 mulheres, 10 mulheres do mercado de Chiquelene e igual número de mulheres para o cruzamento de Inchope.

Do estudo constatou-se que as mulheres comerciantes entrevistadas no mercado de Chiquelene e no Cruzamento de Inchope possuem características aproximadamente semelhantes em termos de idade, escolaridade, seu estado civil, actividades produtivas dos membros do seu agregado, motivo de entrada ao negócio, proveniência do dinheiro e dificuldades enfrentadas a entrada ao negócio. Nas duas zonas de pesquisa a diversidade étnica foi notória existindo várias etnias do Sul do país, sendo no cruzamento de Inchope acrescidas etnias do centro do país. Os constrangimentos por elas apontados foram a qualidade do produto, o preço de milho elevado nas zonas de compra, transporte e o armazenamento do mesmo.

Para produzir-se mais informação que seja abrangente recomenda-se um estudo mais detalhado sobre o assunto com uma amostra significativa para permitir inferências estatísticas, e análises adicionais.

ÍNDICE

<u>I. INTRODUÇÃO</u>	2
<u>Contextualização</u>	2
Justificação e problema de estudo	3
<u>II. OBJECTIVOS DE ESTUDO</u>	5
<u>Objectivo geral</u>	5
Objectivos específicos	5
<u>III. QUADRO CONCEPTUAL</u>	6
<u>A. Aspectos ligados à comercialização agrícola</u>	6
A1. Funções do mercado	7
A2. Agentes do mercado	8
<u>B. Aspectos de perfil da mulher</u>	8
Acesso e controlo sobre os recursos e benefícios numa comunidade patrilinear e matrilinear	11
<u>IV. DESCRIÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO</u>	15
<u>Distrito de Gondola</u>	15
Cidade de Maputo	16
<u>V. METODOLOGIA</u>	18
<u>VI. RESULTADOS E DISCUSSÃO</u>	21
<u>Características das mulheres comerciantes de milho e dos agregados familiares</u>	22
A1. Perfis das mulheres	22
A2. Desenvolvimento da vida económica das mulheres comerciantes de milho	28
<u>B. Comercialização do milho</u>	33
B1. Algumas funções de mercados agrícolas	33
B2. Principais constrangimentos que as mulheres enfrentam no processo de comercialização do milho.	37
B3. Contactos	41
B4. Formas de comercialização em termos de quantidade e de pagamento de milho	42
<u>VII. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES</u>	45
<u>Conclusão</u>	45
<u>Recomendações</u>	46
<u>VIII. BIBLIOGRAFIA CONSULTADA</u>	47

I. INTRODUÇÃO

Contextualização

Moçambique possui aproximadamente 16 milhões de habitantes sendo 84.5% dependentes da agricultura. O sector agrícola contribuiu com 24.6% do PIB em 1997 e com 62.1% para as exportações (INE, 1997).

A comercialização agrícola nas zonas rurais em Moçambique é tida como problemática nos últimos anos. Após 16 anos de conflito armado o resultado foi a destruição de infra-estruturas como vias de acesso, lojas/cantinas, o que faz com que os custos unitários de comercialização sejam muito elevados (DEA, 1995).

Não obstante, o sistema de comercialização rural tem registado melhorias substanciais desde o Acordo de Paz em Outubro de 1992. Porém, apesar destas melhorias os mercados padecem de alguns problemas que a serem ultrapassados o sistema possa vir a servir melhor os interesses dos produtores e consumidores. A resolução destes problemas passa pelo aumento de escala de operações, como investimentos em infra-estruturas físicas e armazenamento a longo prazo o que originará a diminuição de custos de comercialização. Actualmente, com a problemática da rede comercial formal as funções de abastecimento e escoamento estão a ser desenvolvidas por um número cada vez mais de comerciantes informais (DEA, Ibid.).

Vários estudos, tal como o da DEA indicam que o Sul de Moçambique representa uma zona deficitária na produção de cereais, originada pela falta de chuvas, fraca aptidão dos solos e forte densidade populacional. Na zona urbana e arredores da Cidade de Maputo a concentração de população tem como consequência directa uma forte procura efectiva de cereais, principal alimento na dieta da população. O estudo indica ainda que tem se notado a deslocação de comerciantes ambulantes às províncias de Manica e Sofala para a compra de milho, directamente aos produtores. Estes comerciantes são maioritariamente os que se dedicam ao sector informal de comercialização. O estudo que vem sendo citado, refere ainda que, os custos de transporte para estes operadores informais que operam do Centro para Sul, tende a baixar, pois, o proprietário ou o transportador capitaliza o grosso do seu lucro, nos compromissos de viagens no sentido Sul/Centro, não precisando por isso de ser muito rigoroso nos custos de

transporte na via de retorno; ou por outra, os transportadores aproveitam o transporte de milho para não regressarem com os camiões vazios. A grande diversidade de funções e estruturas do sistema de comercialização agrícola em Moçambique aliada à forma como os agentes interactivam e o papel das instituições e a disponibilidade da infra-estruturas, são factores determinantes do funcionamento do mercado na sua globalidade (DEA, 1995).

O presente trabalho tem em vista descrever e comparar o processo de comercialização do milho envolvendo mulheres nos mercados da Cidade de Maputo e no cruzamento de Inchope, em termos do seu perfil, os padrões de compra, transporte, armazenamento e distribuição de milho, e os constrangimentos que enfrentam na comercialização deste produto.

Quanto à estrutura o trabalho obedece a seguinte ordem: Uma introdução onde se faz o enfoque de estudo, o problema de estudo e a justificação. A seguir é apresentada a definição dos objectivos de estudo antecedendo o quadro conceptual. Seguidamente apresenta-se os métodos usados na recolha e análise de dados precedendo a descrição da área de estudo. Posteriormente apresenta-se os resultados e sua discussão, seguida do capítulo correspondente às conclusões e recomendações. Por último é apresentada a lista de bibliografia consultada.

Problema de estudo

De acordo com (Lopes, 1999), sector informal significa todo um variado leque de actividades orientadas para o mercado e realizadas pelas populações que habitam os centros urbanos dos países em desenvolvimento com uma lógica de sobrevivência. Este sector é de acordo com MULEIDE (1994) maioritariamente participado por mulheres. A revista Esporo (1999), refere que maior parte das mulheres não têm oportunidades consideráveis de acesso a uma formação profissional que lhes permita competir no mercado de trabalho em igualdade de circunstância com os homens, o que faz com que o sector informal seja a única fonte de rendimento. O mercado Bazuca na Cidade de Maputo é um exemplo elucidativo; neste mercado 90% dos vendedores grossistas de milho são mulheres (DEA, *ibid.*).

Em termos de informação sobre o sector informal, nota-se um relativo aumento de estudos. De Vletter (1996) fez um estudo sobre o sector informal nas Cidades da Beira e Maputo, olhando para o nível de participação da mulher no sector informal nas duas cidades tendo concluído que

na Cidade da Beira as mulheres tem a venda de diversos produtos no sector informal como segunda actividade mais importante a seguir a produção agrícola enquanto na Cidade de Maputo o comércio informal é a actividade principal. A MULEIDE (1994) trabalhou nos mercados informais do Bairro George Dimitrov num inquérito sobre a mulher e o sector informal, onde observou que comparativamente ao período antes do Programa de Reabilitação Económica (PRE), a mulher constitui pelo menos nas zonas urbanas e subúrbâneas a principal mão de obra empregue na actividade informal. O recurso a actividade informal é justificada pela necessidade de sobrevivência. Aliás, a maioria das mulheres dedica-se ao comércio, tendo anteriormente desenvolvido actividades agrícolas. De Sousa, (2001) no seu trabalho de Licenciatura sobre o sector informal onde o objectivo de estudo foi analisar se as mulheres conseguiam atingir um nível de subsistência para as suas famílias, com base em retornos líquidos obtidos na venda dos produtos agrícolas concluiu que as mesmas não podiam atingir um nível de subsistência para as suas famílias com base no seu negócio. Em 2001, Nhamitambo, no seu estudo analisou os factores sócio-culturais que determinam a participação da mulher em pequenos negócios nos mercados urbanos da Cidade de Nampula e nos mercados rurais da Província de Nampula, onde constatou que o nível de escolaridade, idade, número de filhos, ausência de outras fontes de rendimento e religião professada influenciavam na participação da mulher em pequenos negócios.

Apesar destes esforços na produção de informação sobre o sector informal, todos os estudos encontrados na altura da revisão bibliográfica não olhavam especificamente para a mulher comerciante de milho. Apesar do estudo da DEA (1995) ter apresentado que 90% dos comerciantes de forma grossista do milho no mercado Bazuca eram mulheres, nenhum detalhe foi fornecido em termos do seu perfil, os padrões de compra, transporte, armazenamento e distribuição de milho, e os constrangimentos que enfrentam na comercialização deste produto.

A ausência deste tipo de informação, pode constituir um constrangimento para uma posterior (re)definição de acções específicas para este grupo, por parte de entidades preocupadas com a situação da mulher, como por exemplo, o Ministério da Mulher e Coordenação da Acção Social. Em função do exposto, a investigadora acredita que os resultados do trabalho da pesquisa nas duas zonas de estudo podem fornecer informações valiosas em relação as características das mulheres que praticam a actividade de comercialização do milho na forma grossista, os problemas que enfrentam e o desempenho das funções de mercados de produtos agrícolas.

II. OBJECTIVOS DE ESTUDO

Objectivo geral

- Descrever e comparar a comercialização do milho feito pelas mulheres dos mercados Chiquelene, Cidade de Maputo e cruzamento de Inchope, Distrito de Gondola respectivamente.

Objectivos específicos

- Descrever e comparar as características das mulheres comerciantes de milho nos mercados de Chiquelene na Cidade de Maputo e cruzamento de Inchope, no Distrito de Gondola respectivamente, em termos de origem, escolaridade e idade das mulheres comerciantes.
- Descrever e comparar as formas de compra feito por mulheres comerciantes nos mercados de Chiquelene e do Inchope, na Cidade de Maputo e Distrito de Gondola respectivamente.
- Descrever e comparar do tipo de transporte de milho usado por mulheres comerciantes de milho (da zona de compra/produção à zona de venda).
- Descrever e comparar as formas de armazenamento do milho usadas pelas mulheres comerciantes nos mercados de Chiquelene e no cruzamento de Inchope.

III. QUADRO CONCEPTUAL

Para conhecer o processo de comercialização de milho envolvendo mulheres, que operam como comerciantes informais, é necessário primeiro dispor de conhecimentos teóricos de cada um dos elementos que envolvem o processo. Neste capítulo serão definidos os conceitos básicos e o vocabulário para facilitar e padronizar o entendimento. A secção **A**, abordará aspectos ligados à comercialização de produtos agrícolas e a secção **B** os assuntos ligados ao perfil da mulher.

A secção A1, define as funções que têm de ser compridas em qualquer sistema de comercialização e a secção A2 define os agentes observados nos mercados rurais em Moçambique.

A. Aspectos ligados à comercialização agrícola

Mercado é uma instituição económica que permite aos vendedores e compradores de um determinado bem ou serviço, negociar a legítima transferência deste, num espaço e tempo determinado (Bingham & Robert, 1984) citado por (Quaria, 1999).

Os mercados podem ser concebidos como combinação de funções a serem executadas e os agentes de mercado a realizarem as funções. É necessário dispor de um conhecimento teórico como prático dos elementos acima citados para compreender um sistema de mercados (DEA, 1995). Um caso concreto são os mercados de produtos agrícolas em Moçambique. A escolha de milho como o produto agrícola para o estudo deve-se não apenas ao facto de que ele é comercializado sobretudo pelas mulheres como referido pelo DEA (1995), mas, pelo facto adicional de que o milho constitui a principal cultura praticada em todo o país (Nunes, 1985 citado por Khamphambe, 1997) e também por ser um alimento básico em Moçambique, representando deste modo a garantia de segurança alimentar das populações (MOA/MSU/UA, 1992). O milho, em comparação aos outros cereais como o arroz, mapira e mexoeira possui uma produção de cerca de 90% do total dos cereais produzidos em Moçambique (DNCI, 1999).

Comercialização é a troca de qualquer bem ou serviço envolvendo dois ou mais indivíduos. A natureza desta troca é substancialmente influenciada pelas políticas dos governos onde elas ocorrem (MOA/MSU/UA, 1992).

A1. Funções do mercado

Existem algumas funções básicas que devem ser cumpridas em qualquer sistema de comercialização. Se algumas funções forem parcialmente cumpridas ou não forem cumpridas, tornar-se-á um factor limitante no desenvolvimento dos mercados. As funções a serem avaliadas neste trabalho são: a acumulação, o armazenamento e o transporte (DEA, 1995).

A acumulação é o processo de comprar produto em pequenas quantidades até atingir uma quantidade adequada para a venda posterior em volumes maiores, constituindo um processo chave para reduzir os custos unitários na venda. Se a acumulação é feita só em pequena escala, os custos unitários de comercialização serão altos, implicando preços mais baixos para os produtores e maiores para os consumidores (DEA, 1995).

O armazenamento é outra função chave num sistema de comercialização. Uma das formas para garantir uma oferta mais ou menos estável de produto aos consumidores ao longo do ano é fazendo o armazenamento sazonal. Numa economia de mercado, esta forma de armazenamento é feita pelo sector privado e só o fazem quando têm esperança de lucro, o que implica um aumento periódico de preços, subindo deste modo os preços nos meses após a colheita com o objectivo de cobrir os custos de armazenamento e para incentivar a actividade tanto para o sector privado como para o sector público (Timmer *et al*, 1983).

O armazenamento também pode ser concebido como "movimento temporal" do produto. Através do armazenamento, o produto é movido da época de colheita para a época de fome, estando assim disponível para o consumo durante essa época (Timmer *et al*, 1983).

Em termos conceptuais o transporte é o movimento espacial do produto. O transporte movimenta o produto das zonas de alta produção para zonas de produção insuficiente, possibilitando assim o consumo às pessoas em áreas de baixa produção. Os custos de transporte são determinados pela qualidade e densidade do sistema de estradas e pelo custo e estabilidade de abastecimento de viaturas e peças sobressalentes (DEA, 1995).

Segundo um estudo levado a cabo pelo ICM algumas estradas de Moçambique principalmente as de zonas rurais na época chuvosa são de difícil acesso devido ao seu estado deplorável,

originando custos elevados de manutenção. Os produtores são obrigados a levar os produtos para a estrada e caminho de ferro na cabeça, em tractores e em carrinhas. Estes problemas só acontecem com os produtores que não fazem também o algodão, porque para os que fazem algodão as concessionárias garantem a prestação de serviços que incluem o transporte do algodão e também de outros produtos (ICM, 1998).

A2. Agentes do mercado

Na comercialização de produtos agrícolas, o termo interveniente designa quaisquer dos agentes económicos que compram e vendem produtos. Alguns agentes de mercado são designados "ambulantes", estes ambulantes são pessoas que se deslocam de uma determinada zona para outra para comprar produtos para vender nos mercados urbanos. Outros agentes, são os produtores do sector familiar e do sector privado com meios de transporte e capital para comercializar os produtos, e outros são comerciantes do sector formal com armazéns e capacidade financeira e o sector público constituído por agentes do governo nacional acima citados e ONGs (Organizações Não Governamentais) nacionais e estrangeiras (DEA, 1995).

Alguns dos agentes foram estudados nesta pesquisa e outros agentes não. Para efeitos de estudo, abordar-se-ão os agentes de mercado abaixo citados porque foram os únicos, encontrados na literatura, possíveis de se encontrar no terreno, nomeadamente:

- 1) Vendedores ambulantes retalhistas e grossistas.
- 2) Produtores do sector familiar e privados.
- 3) Armazenistas (formais).
- 4) Sector público (para-estatais e doadores).

As funções dentro de cada classe de agentes pode variar, daí a necessidade de distinguir os diferentes tipos. Por exemplo, entre os comerciantes ambulantes, os grossistas trabalham com mais capital, os produtores do sector familiar têm menos disponibilidade financeira em relação aos produtores privados e o sector público é basicamente constituído pelos agentes do governo, que providenciam os regulamentos e infra-estruturas para o funcionamento dos mercados.

Usamos os termos formal e informal para indicar a relação do agente com o Estado.

Os agentes formais são aqueles que estão registados como retalhistas ou armazenistas no MICTUR, têm conhecimento legal, além de assumirem obrigações em relação ao pagamento dos impostos de rendimento e circulação. Os agentes informais são aqueles que não têm reconhecimento legal para exercerem as actividades comerciais o quer dizer que não estão inscritos no MICTUR para exercerem a sua actividade (DEA, 1995).

Ao nível do retalhista e do mercado (excluindo as lojas), existe pouca diferença (no que se refere às funções que cumprem) entre os formais e informais, apesar de pagarem uma taxa diária. Ao nível do grossista, os armazenistas do sector formal tem mais recursos e estabilidade do que os comerciantes ambulantes grossistas (DEA, 1995).

1. Vendedores ambulantes grossistas e retalhistas

Os comerciantes ambulantes são indivíduos duma zona urbana, que vão à zona rural, muitas vezes de outra região, para comprar produtos agrícolas e voltar a vender na zona urbana. A maioria dos ambulantes não tem transporte próprio, alugam ou pagam por saco aos transportadores privados (DEA, 1995).

Os ambulantes têm a sua acção directa a dois níveis, ao nível retalhista e ao nível grossista e cada nível possui funções diferentes. Os ambulantes retalhistas compram milho para vender ao nível retalhista, directamente aos consumidores. Os ambulantes grossistas trabalham com maior volume de capital, de forma rápida, procurando comprar e vender tudo em menos de duas semanas. Para vender o produto vão aos mercados informais vender aos ambulantes retalhistas nos mercados das zonas urbanas em sacos (DEA, ibid.).

2. Produtores do sector familiar e privado

Os produtores agrícolas participam nos mercados de várias formas como compradores e vendedores, mas todos dão prioridade a venda dos excedentes que possuem. Em geral, os produtores do sector familiar cultivam menos de 5 ha, não tendo meios de transporte próprios nem suficiente capital para desenvolver actividades comerciais de grande vulto (DEA, 1995). A maior parte das vendas são efectuadas perto da casa do produtor. Nas zonas de difícil acesso eles carregam o seu produto na cabeça até o local de venda ou ao comprador mais próximo; em

alguns casos os compradores andam de casa em casa, em busca do produto na época de muita procura e acentuada escassez (DEA, *ibid.*).

Produtores privados em Moçambique, são aqueles que possuem suficiente capital, meios de produção e de transporte, e geralmente cultivam áreas de 10 ha ou mais. A capacidade económica dos produtores privados facilita as actividades comerciais na compra da produção do milho dos vizinhos e posterior transporte até ao mercado ou uma cidade da zona para venda. Em locais com fracos sistemas de transporte, os produtores privados oferecem transporte e arranjam mercado para a compra e venda; não fazem o armazenamento sazonal. Às vezes usam capital próprio, outras vezes conseguem o produto e vendem, e só depois pagam ao outro produtor pelo produto vendido (DEA, 1995).

3. Armazenistas (formais)

Armazenista é um comerciante que acumula o produto, pode ser em grandes e pequenas quantidades para posteriormente vender. Os armazenistas nos mercados de milho na zona sul, são armazenistas distribuidores, compram o milho do armazenista acumulador do centro para vender no sul (DEA, 1995). Os armazenistas acumuladores compram directamente ao produtor ou de outros comerciantes. Possuem meios de transporte próprio (DEA, *ibid.*).

4. Sector público

AGRICOM e ICM

O sector público é basicamente constituído pelos agentes dos governos e doadores. O Estado providencia os regulamentos e infra-estruturas necessárias para o funcionamento dos mercados, incluindo leis e sistema judicial, estradas, sistema financeiro e meios de pagamento (ICM, 1998).

O sector público governamental também define políticas que podem afectar os preços e mercados. O Ministério do Comércio e Turismo é a agência que regulamenta o comércio privado ou formal, obrigando os comerciantes teoricamente a obedecer políticas de preços, unidades padronizadas, pagamento de impostos, etc. (ICM, 1998).

A AGRICOM quando foi criada após a independência, tinha como função garantir o transporte, armazenamento e o processamento de produtos agrícolas e ligações das zonas de produção com as zonas urbanas de forma monopolística (World Bank, 1998) e também estabelecer ligações entre a cidade e o campo, o fluxo de bens e serviços, de produtos agrícolas, etc. (CEA, 1985).

Outra função da AGRICOM era a implementação do preço mínimo ao produtor, este mesmo preço era fixado com base em estimativas de custos de produção. O preço mínimo ao produtor era panterritorial e sem variação sazonal (World Bank, 1990). Até os finais de 1980 a AGRICOM tomava conta da execução da implementação do preço mínimo.

Em 1994, o ICM foi criado para substituir o AGRICOM, porque o AGRICOM ficou sem financiamento proveniente tanto de doações como de fontes domésticas nas vésperas da assinatura de Acordo de Paz. A consequência da guerra foi a redução da percentagem de milho comercializada de 74% em 1989 para 12.9% em 1992. Face a esta situação, em 1992 houve redução dos membros do *staff* de 2700 para 1600. O ICM, para além de execução da implementação do preço mínimo tinha também como funções concernentes ao desenvolvimento e a disseminação das técnicas de armazenagem, a provisão de insumos a colecta de dados estatísticos e a classificação destes mesmos dados. Devido à frágil situação financeira o governo não alocou de forma regular o orçamento necessário para o ICM executar as funções de comprador de último recurso ao preço mínimo: gestão de *stocks* para segurança alimentar e contribuir para a estabilização do preço ao produtor e ao consumidor. Assim as condições financeiras do ICM deterioraram-se o que determina a sua ineficiência (Coutler, 1995), que se reflecte na incapacidade de compra dos excedentes agrícolas do sector familiar por parte do ICM.

B. Aspectos sobre a Mulher

Acesso e controlo sobre os recursos e benefícios numa comunidade patrilinear e matrilinear

Segundo Manganhela (1997), o acesso é a oportunidade de poder usar qualquer coisa e controlo é a competência de decidir o uso de um recurso e impor esta definição aos outros.

Loforte *et al.* (1990), diz que as mulheres são responsáveis pelas decisões respeitantes à gestão da machamba dependendo da cultura de cada povo, na zona Sul de Moçambique, onde o sistema de parentesco é patrilinear, em que o marido ou parente masculino é o detentor do poder de decisão sócio-económicos do lar, e onde a residência em casa da família do marido é a norma, elas encontram-se subordinadas ao controle dos parentes do esposo no que respeita a estas decisões.

Waterhouse e Braga, (2000), advogam que o sistema patrilinear, caracteriza o Sul e uma parte do Centro do país. Neste sistema, depois do casamento a mulher vai viver junto a família do marido quem controla e toma decisões sobre os recursos é o homem. Neste sistema, por exemplo quem controla a terra é o patriarca, o homem é visto como chefe de família. Quem sucede a ele é o filho varão, que é também herdeiro privilegiado das terras. Isto é recebe as melhores terras da família. As mulheres pelo contrário, geralmente não tem direitos de controle sobre a terra, mas têm meramente direitos de acesso. Mas basta casar, ela devolve o terreno para ir viver em casa do seu marido, onde ele vai cultivar nos terrenos da família dele. No caso de viuvez, o direito da mulher continuar na casa é condicionado ao seu novo casamento com um irmão ou outro familiar do falecido. Caso ela se recuse em aceitar a proposta/obrigação ela pode ser expulsa. No caso de divórcio, no sistema patrilinear, as mulheres, em particular, são vulneráveis. A divisão dos bens depende de quem for o culpado. Se for o homem, o casal divide os bens e o marido deve construir uma nova casa para a sua esposa. No caso da mulher ser a culpada, ela é expulsa, sem nenhum direito em relação aos bens do casal e nem se quer tem direito sobre os filhos Waterhouse e Braga, (ibid.).

Por outro lado é de referir que os homens não praticam actividades agrícolas de certo tipo, como é o caso de colheitas, existindo tabus rígidos que simbolizam essa proibição (Loforte *et al.*, 1990). As mulheres na zona sul tomam conta de negócios como a compra e venda de produtos agrícolas deixando as actividades assalariadas para os homens.

Segundo ainda o estudo efectuado por Waterhouse e Braga, (ibid.), o sistema matrilinear caracteriza uma parte importante do Centro e Norte do país. Nestes sistemas, depois do casamento o homem vai viver junto da família da esposa. Os homens é que detêm o controle dos recursos, por exemplo a terra, e em casos de viuvez ou divórcio, as mulheres não correm o risco de serem expulsas. Em casos de herança, em vez de passar de pai para filho, geralmente passa do tio materno para o seu sobrinho, de mãe para a filha ou filho, de irmã para irmã, etc. A mulher

é o elemento fundamental na família como reprodutora de novos membros do seu grupo social. Mas a sua autoridade sobre os filhos é limitada por uma personagem masculina que no seu lugar exerce autoridade sobre este e seus filhos. Trata-se normalmente do seu irmão mais velho, o que tem consequência a perda da autoridade do pai sobre os seus filhos.

De um modo geral, as pessoas mesmo que pertençam à mesma família ou comunidade, possuem direitos diferentes para o mesmo recurso. Por exemplo, uma mulher pode possuir os direitos de cultivar um terreno e de controlar o produto do seu trabalho. Entretanto, pode ser que é só o seu marido (e não ela) que detém o direito de transmitir o tal terreno para outras pessoas Waterhouse e Braga, (ibid.).

Necessidades práticas e interesses estratégicos

Necessidades práticas são as ligadas às condições de vida da mulher e visam melhorar comida, água, saúde, educação das crianças e as actividades lucrativas. Geralmente projectos focando as necessidades práticas das mulheres reforçam as relações tradicionais entre os homens e as mulheres (Bagnol, 1999).

Interesses estratégicos nascem da posição subordinada da mulher na sociedade. Estes interesses são de longo prazo e visam a posição da mulher. Dar poder e possibilidade à mulher de ter mais oportunidade e maior acesso aos recursos, maior controlo e benefícios, mais participação igualitária com os homens nas tomadas de decisões, é um interesse estratégico das mulheres (Bagnol, Ibid.).

O Fórum Mulher, (2000), advoga que as mulheres em Moçambique vivem em condições difíceis relacionadas com a alta taxa de analfabetismo das quais 76% das mulheres não sabem ler nem escrever, saúde precária, sobre carga de trabalho, difícil acesso ao emprego e uma participação diminuta na tomada de decisão. Contudo elas continuam a ser as principais produtoras de alimentos e de estratégias de sobrevivência, assim como no suporte moral e social da família, embora esse seu papel não seja valorizado nem pelo homem nem pela sociedade. As estratégias de sobrevivência incluem as mulheres em multiplicidade de papéis dos quais se destaca por exemplo, a comercialização do milho. O envolvimento das mulheres no sector informal como área produtiva, tem registado um grande acréscimo, a título de exemplo é o mercado de Bazuca onde mais de 90% de comerciantes são mulheres (DEA, 1995). Esta prática

permite que as mulheres contribuam e garantam o sustento das suas famílias, façam poupanças para investimentos futuros como o aumento do nível académico dos seus familiares ou ainda em outras áreas ligadas ao comércio. Segundo Abreu citado por de Vletter (1996), diz que antes do PRE as mulheres envolviam-se em actividades que gerassem rendimentos como agricultura e outros. Com a entrada do PRE as mulheres aderiram em massa ao sector informal porque outras actividades ficaram menos rentáveis. Segundo ainda o mesmo estudo, 70% dos comerciantes do sector informal possui menos de 4ª classe, são mães solteiras e idades inferiores a 35 anos.

IV. DESCRIÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

A pesquisa foi conduzida nos mercados do Chiquelene na cidade de Maputo e no no mercado do cruzamento de Inchope Distrito de Gondola. Estas zonas foram seleccionadas devido às seguintes razões:

- O mercado de Chiquelene, na Cidade de Maputo foi de entre todos mercados visitados na altura da pesquisa o local onde se encontrou mulheres comerciantes de milho.
- O cruzamento de Inchope foi escolhido por ser zona de confluência dos comerciantes das zonas Sul e Centro.

A descrição das áreas de estudo é feita com base em trabalho de campo e consulta bibliográfica de dados do INE sobre os perfis distritais de Gondola e da Cidade de Maputo publicados pela DNPF (1985) e a INE (1997).

Distrito de Gondola

Localiza-se no Centro do país, mais concretamente na Província de Manica, e dista há cerca de 22 Km da Cidade de Chimoio, a capital provincial, e possui uma superfície de cerca de 5,3 mil Km². A norte faz fronteira com o rio Púnguè e a sul com Revuè, com a Província de Sofala e a Oeste com e Este com o Distrito de Manica, (**Mapa, 1**). Segundo IIRGPH (1997), o distrito possui uma população total de 184.629 habitantes, sendo 90.720 homens e 93.909 mulheres e uma densidade populacional de 38,7 hab/Km². Neste distrito, sendo a população maioritariamente pobre, para a sua sobrevivência ela dedica-se à produção agrícola em sistema de sequeiro, à silvicultura, a pecuária e à pesca artesanal. Neste distrito, produz-se milho, feijão, mandioca, arroz, citrinos, bananas, mapira, hortícolas e maxoeira. Em termos de pecuária, faz a criação de gado bovino, galináceos, suínos e produção de leite, estes produtos são escoados para as Cidades de Chimoio e Beira capitais provinciais de Manica e Sofala respectivamente (INE, 1998).

Os principais constrangimentos que afectam a população deste distrito é a falta de transporte, meios de conservação dos seus produtos, e compradores para os seus excedentes agrícolas (INE, 1998).

Posto Administrativo de Inchope

Faz fronteira a norte com o Posto Administrativo de Amatonga, a Sul o rio Revúè, a Este Posto Administrativo de Amatonga e Macate e Oeste Província de Sofala. Possui uma população total de cerca de 17.400 habitantes, sendo destes cerca de 8.900 mulheres. O mercado do cruzamento de Inchope, pertence a este mesmo posto administrativo, na localidade de Inchope (INE, 1998). O local possui quiosques de betão onde são confeccionados alimentos, para a venda às pessoas que estejam em viagem e outras. Existem também pequenas barracas feitas com material local também para venda de produtos alimentares e não alimentares. As taxas diárias cobradas são pagas ao Conselho Municipal por intermédio de um oficial. As mulheres comerciantes acumulam o seu milho neste mesmo mercado sendo ao longo da estrada cobrindo com lonas. O mercado, é frequentado por pessoas oriundas de vários pontos do país sendo na sua maioria pessoas que estão em trânsito para a compra de produtos para comercializar depois. Neste local também funciona um posto alfandegário e uma paragem de autocarros proveniente de vários pontos do país.

Cidade de Maputo

A cidade de Maputo tem como suas fronteiras: a Norte o Distrito de Marracuene e a Este o Oceano Índico. Oeste: Vale do Infulene (**Mapa,3**). As coordenadas geográficas que definem a Cidade de Maputo são: 25 graus e 53 minutos de latitude Sul e 32 graus e 30 minutos de longitude Este. Localiza-se na Baía do mesmo nome (INPF, 1985). Os solos são maioritariamente arenosos (dos Muchangos, 1985), citado por (INE, 1997). A Cidade de Maputo em 1997, segundo o Recenseamento Geral da População, era constituída por 813.519 habitantes do qual 379.789 são homens e 426.390 mulheres. A superfície total é de 602 Km² e possui a maior densidade populacional 1351,4 hab./Km² (INE, 1997). Segundo a DINAGECA (1986), citado por (INE, ibid.), ela é constituída por 5 distritos urbanos e estes em bairros e quarteirões. O distrito urbano n.º inclui a cidade propriamente dita e os restantes perfazem o subúrbio.

Umhas zonas são fabris e outras dedicam-se ao comércio informal e formal e outras à agricultura, que são as Zonas Verdes. Em quase todos bairros existe pelo menos um mercado. Os mercados fazem o comércio de produtos alimentares e não alimentares. Os vendedores vendem fora e dentro dos mercados; nestes mercados encontramos vendedores de milho, que trazem de zonas produtoras até aos mercados para vender. A pesquisa foi feita no mercado de Chiquelene. Este mercado possui aproximadamente 1360 vendedores e localiza-se no Distrito Urbano n.º 4.

Segundo as observações feitas, o mercado de Chiquelene, é um mercado de uma zona suburbana caracterizado por uma actividade comercial do género informal. O mercado possui uma direcção e departamentos. Os departamentos são: das finanças, limpeza e de fiscalização. O departamento das finanças procede aos pagamentos e ao controle de receitas oriundas das cobranças de taxas aos vendedores do mercado. O departamento de limpeza é constituído por funcionários do mercado e por membros da associação das Igrejas de Moçambique que garantem a limpeza do mercado de Segunda a Sexta feira. O departamento de fiscalização faz as cobranças diárias de taxas aos vendedores do mercado. Os fundos provenientes das cobranças de taxa servirão para pagar o salário dos guardas que garantem a segurança do próprio mercado.

Neste mercado vários produtos são comercializados desde bens alimentares e não alimentares como material de construção, peças de vestuário, calçado e outros. Encontram-se neste mercado vendedores ambulantes grossistas e retalhistas. Os vendedores ambulantes grossistas não possuem bancas fixas apenas os ambulantes retalhistas. Neste mercado encontramos barracas de confecção e venda de alimentos e pequenos estaleiros onde se faz o armazenamento dos produtos.

V. METODOLOGIA

O presente trabalho decorreu entre os meses de Fevereiro a Agosto de 2000 e Março a Setembro de 2001 e obedeceu a 3 etapas, nomeadamente:

1. A elaboração da proposta de pesquisa e o guião para as entrevistas.
2. O levantamento de dados no campo.
3. A sistematização, análise de dados e elaboração do relatório final.

A primeira etapa foi a formulação de proposta de pesquisa que decorreu entre os meses de Fevereiro e Março de 2000. Esta etapa consistiu na escolha de um tema para o trabalho de licenciatura, definição do problema a sua justificação, a revisão bibliográfica, delimitação do tema, a formulação dos objectivos, escolha do método de recolha de dados e a elaboração do guião com uma lista de assuntos (anexo 1) para o mercado de Chiquelene e o cruzamento de Inchope.

Recolha de dados

A fase de recolha de dados no seu todo levou cerca de 55 dias. Primeiro procedeu-se a identificação dos locais de comercialização de milho em regime grossista com base em visitas exploratórias nos mercados da cidade de Maputo em Abril de 2000. Para tal foram visitados 4 mercados nomeadamente Chiquelene, Bazuca, Benfica e Fajardo. Foram feitas três visitas para cada mercado e o mercado seleccionado foi Chiquelene. A base para a selecção do mercado foi consoante o número de mulheres comerciantes que se encontravam no local a vender milho de forma grossista. Destes mercados visitados apenas no mercado do Chiquelene

Foi encontrado o maior número de comerciantes deste produto (um total de 10) comparado com os restantes.

Para a recolha de dados usaram-se numa primeira fase, entrevistas informais com intuito de criar maior aproximação com as entrevistadas, e de obter uma visão geral da comercialização feita pelas entrevistadas. Seguidamente, foram marcadas entrevistas com o guião com cada uma das entrevistadas. Para cada entrevista eram reservados 2 dias, para permitir maior profundidade do assunto e também, que a entrevistada continuasse com a sua actividade comercial.

Na proposta inicial, estava programado que o estudo seria inteiramente feito na cidade de Maputo. Porém, devido ao reduzido número da amostra, optou-se por entrevistar em Março de 2001 mais 10 mulheres comerciantes de milho no cruzamento de Inchope para efeitos de comparação.

No mercado de Chiquelene, as 10 senhoras entrevistadas foram o total das encontradas nas 3 visitas efectuadas. Portanto, não houve um critério de amostragem visto ter sido encontrada amostra reduzida e haver necessidade de entrevistar a todas. No cruzamento de Inchope, foram encontradas 12 comerciantes, tendo-se entrevistado todas. Porém na fase de sistematização de dados e pela necessidade de comparar Chiquelene com Inchope, 2 dos inquiridos ficaram de fora e estes foram escolhidos pela insuficiência de dados. As entrevistas eram feitas utilizando um guião com tópicos relevantes (**ver anexo1**) previamente formulado. Entretanto, por impossibilidade de a investigadora viajar pessoalmente a Inchope, foi delegada uma mulher comerciante de milho para fazer entrevistas usando o mesmo guião. Sendo a entrevistadora de nível escolar secundário, a recolha de dados foi acompanhada mediante uma verificação dos guiões preenchidos.

Para as entrevistas usou-se a língua Ronga (mercado Chiquelene), Sena (mercado do Inchope) e Português como meio de comunicação e trabalhou-se com um tradutor, para as entrevistas no Sul do país.

Análise de dados

A análise dos dados incidiu na caracterização das mulheres comerciantes em termos do seu perfil e na descrição do processo de comercialização de milho efectuado pelas mulheres comerciantes. Foi feita uma análise de forma descritiva e para realçar informações relevantes são destacadas em *itálico* frases proferidas pelas mulheres comerciantes, usaram-se citações feitas em estudos anteriores ligados ao sector informal. Para além da análise qualitativa sobre o processo de comercialização feito pelas mulheres, procurou-se fazer análises quantitativas usando tabelas de frequência.

Limitações de estudo

Amostragem reduzida

Devido as cheias de Fevereiro de 2000 não foi possível encontrar um número maior de mulheres comerciantes de milho, em todos os mercados visitados na Cidade de Maputo. Em consequência disso não houve critérios científicos de amostragem,. Este facto faz com que os resultados do estudo tenham fraco suporte. De igual modo, isto reduz a probabilidade de um outro pesquisador encontrar os mesmos resultados que os do presente estudo.

Trabalho de campo

Pelo facto de o trabalho de campo ter sido feito parcialmente por uma pessoa delegada, fica difícil controlar os dados obtidos, sobretudo por tratar-se dum estudo sobretudo qualitativo, nos quais os valores e opiniões do pesquisador podem influenciar os dados colhidos.

VI. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados que aqui se apresentam foram obtidos a partir de questionários, e a sua análise foi feita a partir dos dados obtidos em conversas informais e literatura disponível.

A apresentação e análise dos resultados esta em duas secções **A** e **B**. A secção **A** Abordará as características das mulheres comerciantes e dos seus agregados familiares, estudando o seu perfil e desenvolvimento da vida económica, tendo como componentes, a *origem, estado civil, chefes dos agregados familiares, nível de escolaridade e idade das mulheres comerciantes de milho, actividades dos membros do agregado familiar, actividades anteriores das mulheres, motivos de entrada e proveniência do dinheiro para o negócio, e dificuldades enfrentadas para entrada no negócio.*

Escolheram-se estas características, porque elas dão-nos informação detalhada no que se refere ao primeiro objectivo específico que é o de descrever e comparar as características das mulheres comerciantes de milho. Com base neste objectivo pretendia-se saber como é que as características podem influenciar a decisão da mulher para integrar de forma activa no negócio de milho de forma grossista. Por exemplo, o nível académico reduzido da mulher comerciante pode ser um dos factores que concorrem para a participação activa da mulher no negócio de milho. Portanto, pretende-se saber até que ponto estes factores concorrem para a participação activa da mulher.

Enquanto que a secção **B**, aborda aspectos ligados ao processo de comercialização do milho e tem como componentes: as *funções dos mercados agrícolas como o (transporte e armazenamento), constrangimentos enfrentados, contactos, e formas de comercialização*. Estes aspectos permitem responder aos restantes objectivos específicos do presente trabalho. Que são o de descrever e comparar as formas de compra, tipo de transporte e as formas de armazenamento usados pelas mulheres comerciantes.

Características das mulheres comerciantes de milho e dos agregados familiares

A1. Perfil das mulheres

A tabela a seguir mostra a relação entre a origem das mulheres no negócio de milho e o local de entrevista.

Tabela.2 Origem das mulheres comerciantes. N=20

Etnia	N.º de respostas dadas	
	Cruzamento de Inchope	Mercado de Chiquelene
Ronga	2	8
Chope	1	2
Xangane	1	0
Bitonga	1	0
Sena	3	0
Nhúnguè	1	0
Matswa	1	0
Total	10	10

A tabela 2, mostra que no cruzamento de Inchope foram entrevistadas mulheres de várias origens nomeadamente, Senas, Matswa, Nhúnguè, Bitongas, Changanes, Chopes e Rongas. Contrariamente ao mercado de Chiquelene onde foram entrevistadas apenas mulheres de etnia Ronga e Chope. Sendo o cruzamento de Inchope, o local de compra de milho. Isto pode justificar a diversidade em termos de origem das mulheres comerciantes, contrário do mercado de Chiquelene que é um local de venda de milho.

Por outro lado, esta diversidade em ambas zonas é justificada também pelo facto de Maputo ser a capital do país, portanto a maior cidade. Assim sendo ela é um importante polo de desenvolvimento da região sul de Moçambique, com a qual esta cidade vem estabelecendo relações recíprocas quer no plano económico e quer no domínio sócio cultural. Enquanto que no cruzamento de Inchope é o ponto de convergência de pessoas oriundas tanto do centro como do sul do país que se deslocam com intuito de exercerem actividades principalmente de índole económica.

De um modo geral, a origem das mulheres comerciantes pode ser um dos factores que concorre para a participação activa da mulher ao sector informal. Segundo Loforte *et. al.*, (1990) As mulheres na zona sul é que tomam conta de negócios como a compra e venda de produtos agrícolas deixando as actividades assalariadas para os homens.

O estado civil pode ser também um dos factores que influencia a participação activa da mulher no negócio de milho. A tabela a baixo mostra o estado civil das vendedoras em função do local de entrevista.

Tabela.3 Estado civil das mulheres comerciantes. N=20

Estado civil	N.º de respostas dadas	
	Cruzamento de Inchope	Mercado de Chiquelene
Casada	5	5
Solteira	2	3
Divorciada	1	2
Viúva	2	0
Total	10	10

O estado civil das mulheres comerciantes de milho no mercado de Chiquelene e cruzamento de Inchope estão apresentados na tabela 3. A tabela mostra que para as duas regiões de estudo, o número de mulheres casadas é o mesmo. As mulheres solteiras estão em número ligeiramente maior no mercado de Chiquelene, o mesmo acontece com as mulheres divorciadas. As mulheres viúvas encontram-se exclusivamente no cruzamento de Inchope. *Exclusivamente as mulheres* A existência de diferenças mínimas nos restantes casos podem ser devidas ao facto de se ter entrevistado um número reduzido de mulheres comerciantes de milho no momento de recolha de dados.

Entretanto de Vletter, (1996) diz que os participantes no sector informal são na sua maioria mães solteiras e jovens. Contrariamente ao que de Vletter diz verifica-se maior número de mulheres casadas no sector informal. Portanto pode-se notar que existe uma tendência de diversificação do estado civil das participantes no negócio de milho de forma grossista. Este facto pode ser justificado pela simples razão de que a mulher é a principal produtora de estratégias de

sobrevivência da sua família. As estratégias incluem a mulher em multiplicidades de papéis como por exemplo a comercialização do milho em regime grossista.

A tabela abaixo mostra a relação entre as idades das vendedoras e o local entrevista.

Tabela.6 Idade das mulheres comerciantes

Idades das mulheres Comerciantes	N.º de respostas dadas pelas mulheres comerciantes	
	Cruzamento de Inchope	Mercado de Chiquelene
20-25	1	1
26-30	0	1
31-35	1	1
36-40	4	7
40+	4	0
Total	10	10



As mulheres comerciantes entrevistadas segundo a tabela 6, possuem na sua maioria idades superior a 35 anos. Ao longo do estudo não se verificou nenhum caso de mulheres com idade superior aos 40 anos no mercado de Chiquelene, ao contrário ao mercado de Inchope que se registaram 4 casos.

Questionadas pela sua idade superior a 35 anos elas afirmaram que estão há muito tempo no negócio da venda de milho e outras mulheres comerciantes afirmaram que começaram a fazer o negócio com uma idade já avançada.

Por outro lado, a idade das mulheres comerciantes no presente estudo podem estar também ligadas ao estado civil das mulheres comerciantes e os deveres domésticos que as mesmas têm. De acordo com as entrevistadas algumas mulheres mais jovens tem filhos menores necessitando de cuidados mais intensivos das mães, o que não lhes permite que se dediquem ao negócio de milho. Ainda mais, os maridos não confiam nas mulheres mais jovens para deixá-las dias fora de casa. Se olharem para a tabela do estado civil das mulheres comerciantes, metade das entrevistadas está livre dos maridos o que também permite uma certa liberdade.

Com base nos resultados de estudo, pôde-se observar que a maior parte das mulheres comerciantes de milho possui idade superior aos 35 anos, portanto há uma tendência na diversificação da idade das entrevistadas, contrariamente aos dados de de Vletter (1995) que dizem que a maior parte dos comerciantes do sector informal possui idades inferior a 35 anos.

O Nível de escolaridade das mulheres comerciantes pode ser um dos factores que influenciam também na participação da mulher no negócio de milho.

Tabela.5 Nível de escolaridade das mulheres comerciantes. N=20

Nível de escolaridade	N.º de respostas dadas pelas mulheres comerciantes	
	Cruzamento de Inchope	Mercado de Chiquelene
3ª	1	0
4ª	2	2
5ª	1	1
6ª	3	3
7ª	2	2
8ª	1	2
Total	10	10



Segundo a tabela 5, todas as mulheres comerciantes de ambas as zonas de entrevista (cruzamento de Inchope e mercado de Chiquelene) possuem um nível de escolaridade inferior a 8ª classe, nenhuma das mulheres comerciantes de milho conseguiu concluir o nível básico de ensino que é 9ª classe para o Antigo Sistema de Educação e 10ª classe para o novo Sistema de Educação. Sendo assim, as mulheres comerciantes não podem concorrer para o mercado de emprego formal, restando-lhes apenas o mercado informal como alternativa.

A seguir mostram-se algumas declarações por parte das mulheres comerciantes sobre o motivo da sua reduzida escolaridade.

Uma das entrevistadas explicou que não podia continuar a estudar porque o pai disse-lhe que tinha que arranjar marido. Isto porque na família, as mulheres casavam-se cedo. Depois de se casar pediu ao meu marido para continuar com os estudos ele disse-me que mulher para ele era para ficar em casa a cuidar dos filhos e fazer negócios".

A outra senhora comerciante entrevistada disse que não continuou com os estudos porque não tinha dinheiro para pagar as propinas; sendo assim teve que desistir da escola e fazer este negócio, mas o seu sonho é conseguir algum dinheiro aqui no negócio e poder custear os estudos”

Com base na informação recolhida ao longo do estudo, sobre o nível de escolaridade das mulheres comerciantes, regista-se uma tendência de subida de nível de escolaridade em relação aos dados de de Vletter (1995) que dizem que os participantes do sector informal possuem menos de quarta classe, mas que continua ser considerado um nível baixo de escolaridade. Segundo Osório, (2000-2001), o fraco nível de escolaridade nas mulheres é originado pelas tradições culturais que conduzem aos casamentos precoces e também a falta de dinheiro.

O grau de parentesco também pode ser mais um factor que influencia para a participação da mulher no comércio de milho.

Tabela.4 Chefes dos agregados das mulheres comerciantes. N=20

Grau de parentesco do chefe do agregado familiar	N.º de respostas dadas	
	Cruzamento do Inchope	Mercado de Chiquelene
Marido	5	4
Pai	0	1
Irmão	0	1
Mãe	1	0
Entrevistada	4	4
Total	10	10

A tabela 4 mostra que os chefes dos agregados familiares das mulheres comerciantes são as próprias comerciantes, maridos e parentes das mesmas. Nos dois mercados não se verificou diferenças no que diz respeito ao número de mulheres chefes de agregado, as diferenças registaram-se para caso de chefe de agregado maridos e parentes das mulheres entrevistadas.

Com base nos resultados do estudo pode-se notar que a mulher comerciante também é chefe de agregados familiares. Este facto pode ser derivado do estado civil de cada mulher comerciante. Sendo assim a mulher é responsável pelo sustento da família. Enquanto que para os restantes

casos onde o chefe do agregado é o marido, pai ou irmão da entrevistada ela apenas é responsável pelo fornecimento de receitas suplementares ao seu agregado familiar.

De um modo geral, nos dois mercados não se registou nenhuma diferença no que diz respeito as famílias chefiadas pelas entrevistadas. As diferenças notam-se apenas em famílias chefiadas pelos maridos das mulheres comerciantes. Contudo no mercado de Chiquelene registaram-se casos de chefes dos agregados familiares serem parentes de sexo masculino (pai e irmão da entrevistada) contrariamente ao cruzamento do Inchope que não registou nenhum caso.

A tabela abaixo mostra actividades exercidas pelos membros do agregado familiar das vendedoras em relação aos locais de entrevista.

Tabela.7 Actividades dos membros do agregado familiar N= 86

Actividades dos membros do agregado familiar, excluindo as entrevistadas	Respostas dadas pelas mulheres comerciantes N = 20	
	Cruzamento de Inchope	Mercado de Chiquelene
Estudante	29	26
Funcionário	6	8
Vendedor do sector informal	3	1
Doméstico	7	6
Total	45	41

O estudo constatou que tanto no cruzamento de Inchope como no mercado de Chiquelene, os agregados familiares das mulheres comerciantes, possuem maior número de membros dos seus agregados familiares com actividades não produtivas em comparação com as actividades produtivas. Por outro lado, o número de membros do agregado familiar funcionários e vendedores informais são iguais para ambos os locais de entrevista, mercado de Chiquelene e cruzamento de Inchope.

Uma das vendedoras afirmou que os irmãos dizem que não podem trabalhar porque com o seu nível académico baixo o salário não justificará o trabalho que eles fazem assim eles recorrem a pequenos biscates”.

Uma outra senhora entrevistada disse que os seus filhos não vão à escola porque são menores de idades; assim sendo, não podem trabalhar para ajudar nas despesas de casa. A única

alternativa para fazer com que eles futuramente estudem é fazer o negócio de milho e vender alguns animais que cria como porcos, galinhas e patos”.

E ainda outra que afirmou que vivia com a mãe, que esta mesma fazia bebidas para vender agora não pode fazer porque entrou para uma igreja que proíbe a venda de bebidas alcoólicas.

Com base nas conversas informais, a existência de membros no agregado familiar com actividades não produtivas resume-se ao facto da maior parte das famílias possuírem membros de baixo nível académico, idades inferiores e questões ligadas a religião (por exemplo a venda de bebidas alcoólicas) sendo assim, os dados mostram maior número de membros sem actividade produtiva consequentemente menor número de actividades como fonte de rendimento.

De realçar que a participação dos membros dos agregados familiares das mulheres comerciantes em actividades remuneráveis melhora o bem estar económico dos mesmos. Pois um estudo feito no Ruanda por Braun *e.t al.*, (1989), mostrou que a participação dos membros dos agregados familiares em actividades remuneráveis (incluindo mercados), levava a um aumento de rendimento, citado por (Nhampossa, 2000).

A2. Desenvolvimento da vida económica das mulheres comerciantes de milho

Para análise de dados ligados ao desenvolvimento da vida económica por parte das mulheres comerciantes o estudo analisou os seguintes componentes consoante as regiões de compra de milho: *actividades anteriores das mulheres comerciantes, motivos de entrada para o negócio de milho, proveniência do dinheiro para iniciar com o negócio e dificuldades enfrentadas à entrada para o negócio.*

O estudo escolheu estes elementos porque eles podem esclarecer melhor os antecedentes das mulheres comerciantes em relação a actividades produtivas e a adaptabilidade ao negócio de milho.

Actividades anteriores das vendedoras também influenciam na tomada de decisão de participação no negócio de milho.

Tabela.8 Actividades anteriores das mulheres comerciantes. N=20

Actividades anteriores	N.º respostas dadas	
	Cruzamento do Inchope	Mercado de Chiquelene
Assalariada	1	3
Vendedora informal	4	5
Doméstica	5	2
Total	10	10

Segundo a tabela 8, 4 das 10 mulheres comerciantes entrevistadas no cruzamento de Inchope exerciam actividades no sector informal, contra 5 que eram domésticas e finalmente 1 que exercia actividades remuneráveis, contrariamente às mulheres comerciantes entrevistadas no mercado de Chiquelene, onde 3 mulheres exerciam actividades assalariadas, 5 vendedoras e 2 mulheres comerciantes domésticas respectivamente. Uma senhora disse que trabalhava como servente numa escola da Cidade de Maputo contrariamente a uma outra senhora que disse que apenas ficava em casa a fazer os trabalhos domésticos como cuidar das crianças, ir à machamba e cuidar da casa.

Por outro lado, algumas senhoras entrevistadas disseram que sempre estiveram no sector informal a vender arroz, milho em pequenas latas e hortícolas e outras senhoras disseram que vendiam pão e outras afirmaram ir à Swazilândia, Zimbabwe e África do Sul para comprar roupa.

Com base nos resultados do estudo, as mulheres comerciantes antes de entrarem para o negócio de milho foram domésticas, vendedoras do sector informal e assalariadas. E como o seu nível académico é muito baixo ou limitado, optaram por continuar ou aderir ao sector informal de modo a obterem algum dinheiro.

A tabela a seguir mostram alguns dos motivos de a entrada para o negócio em relação as zonas de entrevista

Tabela.9 Motivos de entrada para o negócio dadas pelas mulheres comerciantes. N=20

Motivos dados	N.º de respostas dadas	
	Cruzamento do Inchope	Mercado do Chiquelene
Assegurar a subsistência	4	5
Aumentar as receitas da família	5	3
Necessidade de poupança	1	2
Total	10	10

Conforme os resultados da tabela 9 as mulheres comerciantes entrevistadas apontaram 3 motivos que concorreram para entrada das mesmas no negócio nomeadamente:

1. Assegurar a subsistência da família,
2. Aumentar as rendimentos monetários do agregado familiar,
3. Necessidade de poupança para investimento em outras actividades.

De acordo com os resultados da tabela 9, 4 das 10 mulheres comerciantes entrevistadas no Inchope apontaram como motivo de entrada para o negócio a necessidade de assegurar a subsistência da família. A necessidade de aumentar as rendimentos monetários foi apontado como motivo de entrada para o negócio do milho por 5 mulheres comerciantes e a 1 mulher comerciante que apontou como motivo de entrada para o negócio a necessidade de se fazer poupanças.

Contrariamente às mulheres comerciantes entrevistadas no mercado do Chiquelene onde 5 apontaram como motivo de entrada para o negócio assegurar a subsistência da família, 3 responderam querer aumento das receitas familiares e 2 indicaram necessidade de se fazer poupança.

Uma vendedora afirmou que estava a estudar só que teve de interromper os estudos porque não tinha dinheiro para custear as propinas e material escolar, diz que andou a procura de emprego não conseguiu porque o seu nível académico era baixo para e a única alternativa de fazer dinheiro para estudar era fazer o negócio de milho".

Uma outra disse que trabalhava como uma empregada doméstica numa casa, só que desisti porque viu que aquele emprego não lhe dava dinheiro suficiente para ajudar o seu marido nas despesas de casa; então teve que entrar para o negócio”.

Algumas mulheres entrevistadas no mercado de Chiquelene e cruzamento de Inchope afirmaram tomar esta atitude com o intuito de assegurar a subsistência da família, aumentar o rendimento monetários e necessidade de se fazer poupança para investimento em outras actividades.

Os resultados obtidos ao longo do trabalho de pesquisa, mostram que as mulheres entrevistadas aderiram sector informal porque as outras actividades tornaram-se menos rentáveis e por ser também o sector residual. Allen, 1993 citado por De Sousa, 2001 refere que a venda de produtos agrícolas oferece uma boa oportunidade de ganho de rendimentos para muitas mulheres, pois permite que elas operem a diferentes níveis de actividades que melhor se adapta as suas circunstâncias específicas pois não requer muito treinamento

Proveniência do dinheiro para iniciar a comercialização do milho

Tabela.10 Proveniência do dinheiro para iniciar a comercialização do milho. N=20

Tipo de fonte	N.º de respostas dadas pelas mulheres comerciantes	
	Cruzamento de Inchope	Mercado de Chiquelene
Marido	4	4
Negócios anteriores	2	3
Emprestado	1	0
Familiares	3	3
Total	10	10

A tabela 10 mostra a proveniência do dinheiro, por parte das mulheres comerciantes, para o negócio de milho. O dinheiro para entrada no negócio segundo as mulheres comerciantes entrevistadas proveio de maridos, negócios anteriores, emprestado e de familiares. Dados recolhidos mostram que 4 senhoras entrevistadas no mercado de Chiquelene e no cruzamento de Inchope apontaram os maridos como fonte de proveniência do dinheiro, 2 mulheres comerciantes do cruzamento de Inchope contra 3 do mercado de Chiquelene apontaram como

fonte de proveniência do dinheiro os negócios anteriores, 1 caso de dinheiro emprestado apenas no Inchope.

Ao longo do estudo não se registou nenhuma diferença nos dois locais de entrevista em termos de proveniência do dinheiro por parte de maridos e familiares para se iniciar com o negócio de milho. Entretanto empréstimo como fonte de dinheiro registou se apenas no mercado de Chiquelene. Contudo dinheiro proveniente de negócios anteriores foram apontados nos mercados de Chiquelene e Inchope.

Segundo uma das mulheres, as pessoas começavam sempre como pequenas negociantes por receio de terem gastos que não irão posteriormente ser compensados pelas receitas de venda de milho e também pelo facto das condições financeiras das mulheres comerciantes serem débeis o que não lhes permite que entrem logo como grandes negociantes.

Conforme os dados de estudo, para se iniciar uma actividade comercial, é necessário sempre a injeção de um capital inicial. Sendo assim, as mulheres comerciantes, ao longo do estudo mostraram várias fontes de proveniência de capital inicial. A quase inexistência de mulheres que façam empréstimos para iniciar o negócio de milho, no meu entender deve-se ao facto da existência de receio de contrair dívidas que depois não consigam saldar (vide pag. 39 falta de capital).

A tabela abaixo mostra as dificuldades enfrentadas pelas mulheres comerciantes no inicio da actividade

Tabela.11 Dificuldades enfrentadas pelas mulheres comerciantes. N=20.

Tipo de dificuldade	N.º respostas dadas	
	Cruzamento de Inchope	Mercado de Chiquelene
Falta de hábito do negócio de milho	5	6
Falta de dinheiro	4	2
Desconhecimento Do negócio em geral	1	2
Total	10	10

Conforme os dados da tabela 11, 5 das 10 mulheres comerciantes entrevistadas no cruzamento do Inchope apontaram a falta de hábito do negócio como dificuldade enfrentada para o início do exercício da sua actividade, 4 apontaram o não conhecimento do negócio de milho e uma enfrentada no início da actividade. Contrariamente a 6 mulheres comerciantes entrevistadas no mercado de Chiquelene que apontaram a falta de hábito, 2 mulheres comerciantes a falta de dinheiro e as restantes 2 a falta de conhecimento do negócio como dificuldades enfrentadas para iniciar o negocio. Nos dois mercados as diferenças encontradas em termos de números são muito pequenas. Pode-se notar com base na tabela 12 que a falta de hábito e dinheiro são as duas dificuldades mais mencionadas pelas entrevistadas nos dois mercados.

B. Comercialização do milho

Para a análise dos dados ligados a comercialização do milho envolvendo mulheres, o estudo decidiu dividir os elementos de análise em subsecções nomeadamente **B1, B2, B3 e B4** que correspondem aos seguintes elementos: Algumas funções dos mercados agrícolas (transporte e armazenamento), constrangimentos enfrentados pelas mulheres comerciantes, contactos por elas efectuados e formas de comercialização do milho em termos de quantidade e de pagamento.

B1. Algumas funções de mercados agrícolas

Através da execução das funções de mercado que são o transporte, armazenamento e processamento, os mercados devem ser capazes de transformar o produto no espaço e no tempo para que a comercialização seja eficiente (Timmer *et al.*, 1983).

No processo de comercialização do milho apenas abordar-se-á o armazenamento e o transporte; porque o processamento não é efectuado ao longo do processo de comercialização do milho.

Transporte

Para se efectuar o escoamento do milho, um dos pré-requisitos é a garantia de transporte das zonas de produção aos locais de venda (DEA, 1995).

A tabela a baixo mostra o tipo de transporte e a forma de pagamento em relação as zonas de entrevista.

Tabela.12 Tipo de transporte e a forma de pagamento. N=20.

Tipo de transporte	Forma de pagamento			
	A dinheiro		Em produtos	
	Cruzamento de Inchope	rcado de Chique	Cruzamento de Inchope	rcado de Chique
Transporte pessoal	0	0	0	0
Chapa-cem	0	4	0	0
Comboio	0	4	0	0
Camiões	10	2	0	0
Total	10	10	10	10

A tabela 12 mostra que as mulheres utilizam chapa-cem, camiões e comboio como meio de transporte e os pagamentos sempre têm sido em dinheiro. Ao longo do estudo verificou-se que 4 das 10 mulheres entrevistadas no mercado de Chiquelene utilizam chapa-cem como meio de transporte de milho, 2 mulheres usam camiões e as restantes 4 mulheres utilizam o comboio como meio de transporte. //

Contrariamente às mulheres comerciantes entrevistadas no Inchope, que usam apenas camiões como meio de transporte.

ambas //
Consoante os resultados da tabela 12, verifica-se que nenhuma das mulheres possui transporte próprio apesar de que isto seja melhor forma de transporte pois permite o escoamento normal do produto sem ter que se sujeitar a demoras no escoamento e nos intervalos de compra e venda de milho, pois não se ficaria dependente de transportadores. A maior parte das vendedoras diz que não tem transporte próprio devido à sua situação financeira, preferindo usar o transporte alugado.

Segundo uma das senhoras entrevistadas, o pagamento de transporte de milho das regiões de compra para a Cidade de Maputo é feito em dinheiro e com base no número de sacos transportados. Normalmente os preços a serem praticados são fixos e tem sido de 25 a 30 mil meticais (dados de 2000). O transportador é que fixa o preço e este preço é praticado a todas as comerciantes. Segundo elas, o estacionamento dos camiões no local de compra é pago pela pessoa que aluga o camião.

Uma senhora entrevistada no cruzamento de Inchope explicou quando se chega o momento de transportar o milho para a Cidade de Maputo, as mulheres dirigem-se aos transportadores e perguntam sobre o valor a pagar sdepois começa-se a carregar os sacos para os camiões..

Uma outra vendedora do mercado de Chiquelene, disse que transportava o milho através de comboio e que o preço de transporte da mercadoria era fixo e o pagamento era efectuado consoante o número de sacos transportados.

27 O transporte de milho em Chicualacuala segundo uma das vendedoras é feito na cabeça a partir das machambas dos camponeses até aos locais de acumulação e destes para os caminhos de Ferro. Contrata-se serviços de rapazes destas zonas (Mabalane e Chicualacuala), onde para tal usa-se a troca de produtos pelos serviços prestados como forma de pagamento.

Entretanto as mulheres comerciantes entrevistadas no cruzamento de Inchope afirmaram que o transporte de milho é efectuado apenas em camiões e directamente nos mercados de compra de milho, só no momento de escassez é que elas dirigem-se às machambas dos camponeses para comprar o milho, assim sendo, são obrigadas a acumular sacos de milho num determinado local previamente escolhido e depois alugam camiões para o transporte..

Contudo com relação transporte no cruzamento de Inchope verifica-se que a falta de transporte é quase inexistente, mas apesar desse facto existe uma demora, do mesmo, isto porque os transportadores nessa altura encontram-se a operar no sentido sul/centro, fazendo com que se fique a espera dos mesmos.

A tabela abaixo mostra as formas de armazenamento e pagamento por parte dos clientes em relação ao local de entrevista.

Tabela.13 Formas de armazenamento e pagamento por parte dos clientes

Tipo de armazenamento	Regiões de entrevista	
	C. Inchope	M. Chiquelene N=20
1. Individual	0	0
2. Alugado	10	10
Forma de venda aos clientes		
1. A crédito	4	3
2. A dinheiro	6	7
Total	10	10

Armazenamento

É uma das funções-chaves num sistema de comercialização, o armazenamento garante uma oferta de produtos aos consumidores ao longo de todo o ano se ela for de uma forma sazonal e não só a segurança e a conservação do próprio produto. (DEA (1995).)

Algumas mulheres entrevistadas no cruzamento de Inchope afirmaram fazer o armazenamento em pequenos estaleiros existentes nos mercados de venda de milho.

Contrariamente ao mercado de Chiquelene onde todas as mulheres afirmaram fazer armazenamento do milho em estaleiros. Os estaleiros anteriormente referidos são pequenas construções de betão e contentores.

Estes pequenos armazéns são propriedades privadas pertencentes a pequenos armazenistas. Os armazenistas encontram-se registados no Conselho Municipal da cidade de Maputo, onde se fazem os pagamentos de taxas diárias. Eles não fazem parte do mercado apenas encontram-se lá a praticar o negócio de aluguer de armazenamento. Nestes estaleiros não se armazena apenas o milho mas também outros produtos como amendoim, arroz e feijão. Estes produtos são propriedade dos comerciantes informais do mercado.

O objectivo de armazenamento nos estaleiros é para evitar armazenar fora do mercado o que obrigaria as vendedoras a transportar diariamente o produto para o mercado e também para proteger-se dos ladrões enquanto se espera por um comprador.

Uma senhora entrevistada disse que a maior parte delas não conseguia manter o stock do produto devido à sua capacidade financeira. Para reduzir os custos de armazenamento as mulheres comerciantes preferem vender a crédito reduzindo assim os custos. Estes custos são valores diários que as mulheres têm de pagar aos proprietários dos armazéns.

Estes créditos são concedidos a pessoas de confiança. De salientar que estes créditos são feitos quando as mulheres comerciantes chegam a Cidade de Maputo.

Uma outra senhora entrevistada disse que nos armazéns (estaleiros) faz-se o armazenamento consoante o pagamento de uma tarifa diária de 1000 MT por cada saco de milho.

Ao longo do estudo não se verificou nos dois locais de entrevista caso de mulher comerciante que possui um armazenamento individual. Todas as senhoras armazenam o milho em estaleiros existentes nos mercados (vide tab.13)

B2. Principais constrangimentos que as mulheres enfrentam no processo de comercialização do milho.

Nesta sub-capítulo, o enfoque está virado à identificação e descrição das dificuldades que as mulheres comerciantes enfrentam ao longo da comercialização do milho. Assim sendo, o estudo, abordou com realce uma série de aspectos importantes do lado da mulher comerciante e da comercialização do milho.

Enquanto o trabalho de pesquisa estava em curso, as mulheres comerciantes de milho foram questionadas sobre os principais problemas que afectam a sua actividade, particularmente na aquisição e a posterior venda do milho.

A tabela abaixo mostra os principais constrangimentos em função aos locais de entrevista .

Tabela.14 Principais constrangimentos de comercialização por entrevistada. N=20

Constrangimentos	Número de entrevistadas	
	Zonas de entrevista	
	Cruzamento de Inchope	Mercado de Chiquelene
Transporte e vias de acesso	0	4
Vulnerabilidade das mulheres	2	7
Falta de capital	0	3
Preços elevados	10	10
Baixa qualidade do produto	10	10
Total	10	10

Transporte e vias de acesso

Este assunto vem detalhado na **pág. 33**.

Vulnerabilidade das mulheres comerciantes

Segundo uma das senhoras entrevistada no cruzamento do Inchope, o problema de falta de segurança é enfrentado principalmente nos mercados de compra de milho e não ao longo das estradas. Ao longo das estradas não se verifica tal situação porque elas viajam com homens que fazem este tipo de negócio. No mercado de Chiquelene dificilmente aparecem pessoas que lhes arrancam o dinheiro. Segundo ela não é sempre que ocorrem situações de roubos, visto existirem guardas nos mercados que mantêm a segurança. O problema de roubos acontece principalmente no mercado de compra de milho para as que compram no Centro do país.

Uma das mulheres comerciantes entrevistada afirmou ter sido assaltada e agredida no Inchope quando fazia a compra de milho; como maneira de se proteger ela disse que punha dinheiro na lata e enterrava. Para além disso quando elas viajam são obrigadas a dormir ao relento e viajam por cima de camiões. O mesmo problema foi enfrentado pelas mulheres comerciantes entrevistadas no mercado do Chiquelene.

Outro ponto ligado à vulnerabilidade, é o facto de as mulheres com filhos de menor idade terem que viajar com eles. Uma senhora entrevistada afirmou que era difícil viajar com bebés por elas terem de manter as fraldas limpas, mudar de fraldas arranjar posições cómodas para as crianças

poderem dormir e normalmente ficam 3 dias ao longo da estrada às vezes não há água ou as fraldas depois de lavadas não secam, o que constitui um grande problema. *Uma vendedora disse que foi obrigada a desistir do negócio porque primeiro estava grávida e segundo porque depois de dar parto o seu filho era muito pequeno precisava de muitos cuidados.*

Falta de capital

A disponibilidade de capital por parte das mulheres comerciantes é um factor importante em quase todos os níveis do comércio desde a compra do milho ao produtor, o transporte ao mercado, armazenamento e a venda aos consumidores. Ao longo do estudo notou-se que mulheres comerciantes entrevistadas no mercado de Chiquelene têm problemas financeiros contrariamente ao cruzamento de Inchope. As mulheres comerciantes com problemas financeiros são obrigadas a comprar milho em quantidades menores das desejadas. Quando interrogadas sobre porquê de não se fazer empréstimos as mulheres comerciantes disseram que não podiam fazê-lo porque não gostariam de contrair dívidas que depois não conseguiriam reembolsar. Mas é de realçar que problemas financeiros aqui apontados são no sentido de número de sacos que as vendedoras são capazes de adquirir não excluindo a hipótese de que as vendedoras do inchope não tenham problemas financeiros.

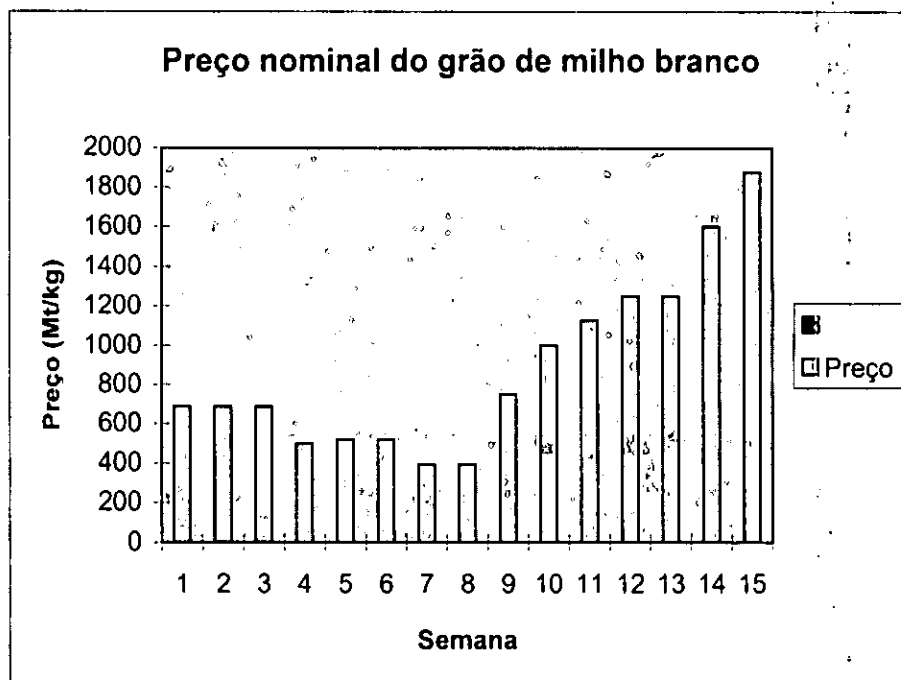
Preços elevados

Todas mulheres comerciantes entrevistadas tanto no mercado de Chiquelene e cruzamento de Inchope, queixaram-se de preços elevados no momento de compra de milho aos camponeses. Elas explicaram que na época de escassez de milho e devido a forte procura de milho pelos comerciantes ambulantes, os camponeses têm tendência de subir de preços chegando mesmo a atingir valores que só lhes permite pagar os custos. Consequentemente os lucros são quase inexistentes o que não chega para custear as despesas de casa como alimentação adequada e dinheiro para pagar hospital e outras. Este problema surge quando o preço sobe ao nível do produtor assim sendo o consumidor tem a tendência de comprar em menor quantidade ou preferir outro tipo de produto ao invés do milho.

Uma entrevistada no mercado de Chiquelene, afirmou que nestas épocas preferia vender outros produtos para além do milho para poder compensar as perdas. Normalmente os produtos por elas comercializados têm sido o arroz, açúcar, amendoim e feijão da África do Sul e Suazilândia.

Esta alternativa também foi dada por uma mulher comerciante entrevistada no cruzamento de Inchope que afirmou ir ao Zimbabwe comprar capulanas para depois revendê-las.

Fig. 1: Evolução semanal de preços ao produtor de grão de milho branco, de Abril a Julho de 2001.



Fonte: Sistema de informação de mercados agrícolas (SIMA), DEA, MADER.

A figura 1 mostra que no mês de Abril regista-se preços elevados resultantes do início da colheita e mesmo facto para o mês de Julho, onde a subida de preço é resultante da escassez, contrariamente aos meses de Maio a Junho onde os preços baixam devido a oferta do produto

Qualidade do produto

Outro problema levantado por todas mulheres comerciantes de milho entrevistadas, é qualidade do produto. O problema da qualidade do produto, segundo as mulheres comerciantes, verifica-se nas zonas onde os mercados não estão desenvolvidos. Nestas zonas a armazenagem não é feita obedecendo aos padrões recomendados que são armazéns apropriados com controle de humidade, pragas e doenças e sacos para conservar o milho. Os camponeses não usufruem de prestação de serviços como fornecimento de insecticidas, sacos, carrinhas, etc., para que a armazenagem seja eficiente. Eles não usufruem destes serviços porque os camponeses não

possuem disponibilidade financeira para tal e nem beneficiam de ajudas por parte do governo e ONGs que operam no país.

Por outro lado, nas zonas rurais afluem poucas pessoas na altura da colheita, conseqüentemente muito milho é colhido e deixado nas machambas, exposto à humidade e às pragas e outro milho é armazenado nos celeiros dos produtores também sem sacos nem controle de pragas. E ainda mais a falta de transporte e a demora dos mesmo para escoar o milho, também contribui para a deterioração do mesmo.

Tanto o mercado de Chiquelene como o , portanto, todas as vendedoras foram unânimes em apontar a baixa qualidade de produto como constrangimento.

B3. Contactos

Um dos primeiros passos para efectuar a compra de um produto são os *contactos*. Os contactos permitem-nos saber a situação dos mercados em que nós pretendemos explorar em termos de preços, qualidade e quantidade dos seus produtos.

Segundo Timmer *et al.* (1993), a informação eficiente do preço é essencial para alocar eficientemente os recursos numa economia de mercado. O fraco conhecimento sobre os preços no mercado coloca em desvantagem o comerciante contribuindo para uma má gestão de lucros.

A tabela a baixo mostra as Regiões de compra em relação aos contactos

Tabela.15 Regiões de compra e os contactos. N=20.

Locais de Entrevista	Formas de contacto					
	Comunicação social	N.º	Vizinhos	N.º	Amigos	N.º
M. de Chiquelene	Sim	10	Sim	10	Sim	10
C. de Inchope	Sim	10	Sim	10	Sim	10
Total		20		20		20

Com base nos resultados de pesquisa pode-se notar que todas as mulheres comerciantes entrevistadas nos mercados de Chiquelene e Inchope andam informados acerca de preços a

serem praticados nas regiões como também receber informação dos locais de compra de milho em termos de disponibilidade e preço praticado através de órgãos de informação (rádio e jornais), de vizinhos e amigos dos locais onde haja excedente de milho.

Pode-se notar que a comunicação social desempenha um papel importante na difusão de informação relacionada com a quantidade dos excedentes agrícolas e a região onde eles existem. Permitindo que os comerciantes e particulares se desloquem a estes locais para a compra de excedentes agrícolas, o que em parte beneficiam aos camponeses e também aos compradores.

B4. Formas de comercialização em termos de quantidade e de pagamento de milho

A tabela abaixo mostra as formas de pagamento e quantidades compradas em relação aos locais de entrevista.

Tabela.16. Formas de pagamento e quantidades compradas N=20

Quantidades (sacos)	M. de Chiquelene	cruzamento de Inchope
Menos que 50	3	0
Mais que 50	7	10
Total	10	10
Formas de pagamento		
A dinheiro	7	10
Em produtos	3	0
Total	10	10

O mercado do milho é um mercado competitivo havendo muitos compradores e vendedores. Os produtores influenciam o preço do milho apenas no momento de escassez acontecendo o contrário em épocas de muita oferta. Os produtores no acto de venda de milho segundo uma das entrevistadas, não aceitam vendas a crédito preferindo tudo a dinheiro argumentando que os ambulantes não são pessoas de confiança porque estão constantemente a trocar de comprador na tentativa de encontrar quem venda a preços mais baixos.

A prática de compra de milho feita trocando por produtos tem se verificado apenas para as mulheres entrevistadas no mercado de Chiquelene que compram na zona Sul do país. Para as mulheres que compram no Centro esta prática não é usual.

Os resultados do estudo mostram que as senhoras entrevistadas no mercado de Chiquelene fazem o pagamento de milho em dinheiro no centro do país, contrariamente às mulheres que compram no sul do país em que o pagamento é feito com base em troca de produtos (como óleo, capulanas, sal, sabão, açúcar, etc.). Uma comerciante disse que *"Não pagava o milho a dinheiro apenas fazia troca com produtos que eles não têm como açúcar sabão, óleo, capulanas e outro. Por exemplo costumava trocar uma capulana por duas latas de milho de 20 litros e que trocavam com produtos porque lá em Mabalane os camponeses não precisam de dinheiro porque não existem lojas."*

Uma das senhoras entrevistada, afirmou que o preço do milho nos locais de compra, varia consoante a disponibilidade do milho, no período de escassez regista-se subida acentuada dos preços, esta época é considerada de fome, normalmente são os meses de Janeiro e Fevereiro logo depois o preço começa a descer como resultado de expectativa de colheita.

O preço praticado nas regiões de produção, depende da quantidade do milho nos locais de compra, quando o milho é abundante o preço é relativamente menor do que de Maputo e quando há escassez o preço tem tendência a subir.

Segundo uma das entrevistadas, a escolha das regiões de compra de milho depende da disponibilidade financeira de cada mulher comerciante. As mulheres comerciantes entrevistadas no mercado de Chiquelene que compram no Centro do país compram mais de 50 sacos chegando mesmo a 150 sacos enquanto que as mulheres comerciantes que fazem a compra no Sul afirmaram comprar o máximo 30 sacos. Para as mulheres comerciantes de milho entrevistadas no cruzamento de Inchope afirmaram comprar em grandes quantidades porque possuíam capital suficiente para tal (mais de 50 sacos de milho).

Segundo uma das vendedoras que passo a citar em suas próprias palavras afirmou o seguinte *"Não me adianta ir a Chimoio comprar milho numa quantidade de 30 sacos porque não teria lucro. E ainda acrescentou, afirmando que as senhoras que compram no Chimoio tinham mais dinheiro em relação às que compravam em Mabalane"*.

As mulheres comerciantes de milho entrevistadas no cruzamento de Inchope, afirmaram comprar o milho em mercados e ao longo das estradas. Quando se verifica uma escassez elas deslocam-se às casas dos produtores para comprarem o milho, contrariamente às mulheres comerciantes

do mercado de Chiquelene afirmaram comprar o milho directamente aos produtores porque os mercados rurais não se encontram desenvolvidos.

O tempo que se leva para vender o milho depende da quantidade comprada. As senhoras entrevistadas no mercado de Chiquelene afirmaram que comprando no sul têm menor tempo de venda em relação às mulheres que compram no centro, o mesmo facto verifica-se com as mulheres comerciantes entrevistadas no cruzamento de Inchope. Isto deve-se ao facto de as mulheres comprarem em grandes quantidades (50-150 sacos) enquanto que as outras compram em quantidades relativamente menores (30 sacos no máximo) e também a distancia Centro e sul do país.

O número de vezes de ida aos locais de compra de milho é influenciado pela quantidade de milho que é vendido e quantidade ofertada, quanto maior for a quantidade de milho vendida e ofertada maior é o número de saídas para os locais de compra. A distância para as regiões de compra também influenciam ao número de vezes de compra de milho quanto maiores forem as distâncias menor o número de saídas.

VII. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES DO ESTUDO

Conclusões do estudo

- O estudo mostra que as mulheres comerciantes no mercado de Chiquelene e no Cruzamento de Inchope possuem características aproximadamente semelhantes em termos de idade, escolaridade, seu estado civil, actividades produtivas dos membros do seu agregado, motivo de entrada ao negócio, proveniência do dinheiro e dificuldades enfrentadas a entrada ao negócio.
- Nas duas zonas de entrevista a diversidade étnica é notória. Existem várias etnias do sul do país, sendo no cruzamento de Inchope acrescidas etnias do centro do país.
- ⊕ Factores como recursos financeiros disponíveis, distância ao local de compra de milho e quantidade de produto existente influenciam na escolha do local de compra de milho.
- ⊕ Em ambas zonas de entrevista a vulnerabilidade das mulheres, preços elevados, e baixa qualidade do produto, constituem constrangimento. No mercado de chiquelene os constrangimentos são acrescidos a falta de transporte, vias de acesso e falta de capital,
- Tanto no cruzamento de Inchope como no mercado de Chiquelene a idade dos filhos, a escolaridade, o estado civil e a ausência de outras fontes de rendimento influenciam na participação activa da mulher no negócio de milho em ambas zonas de entrevista.
- ⊕ Nenhuma mulher afirmou possuir armazém e transporte próprio. Elas alugam camiões, chapas e fazem também o transporte em combóios. E o armazenamento é feito em instalações alugadas.

Recomendações do estudo

Investigações adicionais

Não há dúvidas que análises adicionais sobre a comercialização de produtos agrícolas envolvendo mulheres continuam a ser necessárias:

- Aconselha-se um estudo feito pelas instituições ligadas à comercialização de produtos agrícolas sobre a vantagem de criação de associações de mulheres comerciantes de milho.
- Recomenda-se mais estudos na área de comercialização agrícola envolvendo mulheres tomando em conta todas as variáveis económicas e sociais, e com uma amostra maior para permitir inferências estatísticas.
- Também aconselha-se um estudo caracterizando profundamente as mulheres como agentes de mercado de produtos agrícolas. É preciso saber se a maioria dos ambulantes são intervenientes, ou simples agentes dos armazenistas já estabelecidos nos mercados.

VIII. BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ACNUR/ PNUD (1997), *Perfil do Distrito de Boane*. CEP-UEM. Maputo

Amaral, C. (1996), *Comércio Informal e Comparação da Força de Trabalho no Bairro da Malanga (Tese de Licenciatura)*. UEM/FL. Maputo

Artur, L. (1999), *SCF: Actividades, Participação e empandeiramento da Comunidade de Mocha (Tese de Licenciatura)*. UEM/FAEF. Maputo.

Bagnol, B. (1996), *Género na Extensão (guião de Trabalho)*, Maputo.

Coulter, J. (1995), *Liberalização do Marketing de Cereais na África Sub-Saariana: Lições resultantes da experiência*. Catham: Instituto de Recursos Naturais. Marketing Series 9p.

Da Graça, António J. P. (1997), *Problemas de recolha de dados primários ao nível dos camponeses, (Tese de licenciatura)*. UEM/FAEF. Maputo.

DEA/MAP (1998), *Preços do Grão do Milho Branco e suas Tendências Reais em alguns Mercados do País*, DEA/MAP. Maputo.

DEA/MAP (1995), *Diagnóstico da Estrutura, Comportamento e Desempenho dos mercados alimentares Rurais de Moçambique*. DEA/MAP. Maputo.

DNA (1985), *Objectivos e Estratégias, Propostas para Reorganização da Comercialização Agrícola*. CEA. Maputo.

DNCI (1999), *Opções para a Comercialização Agrícola em Moçambique*. DNCI, Maputo.

DNCI (1999), *Custos de Comercialização Agrícola e Como Calculá-los*. DNCI, Maputo.

DNE e DNS (1997), *Perfil Distrital de Segurança Alimentar e Nutrição*. DNCI, Maputo.

Esporo (1999), *Informação para o Desenvolvimento Agrícola dos Países ACP*. CTA, Convenção ACP – U.E. de Lomé.

Fórum Mulher (2000), *Projecto marcha mundial das mulheres*. CEA. Maputo.

ICM (1998), *Estudo da Comercialização e Política de Preço do Milho em Moçambique*. ICM. Maputo.

INE (1994), *Crescimento da População Urbana e Problemas de Urbanização da Cidade de Maputo*, Série População e Desenvolvimento Documento Nº.4. INE. Maputo.

INE (1997), *II. Recenseamento Geral da População e Habitação, (resultados definitivos)*, INE. Maputo.

Nhampossa (2000), *Análise das despesas de consumo dos agregados familiares agrários em Moçambique (Tese de Licenciatura)*. UEM/FAEF. Maputo.

Loforte, A. et. al. (1990); *A mulher em Moçambique*, CEA. Maputo.

Kamphambe, N. (1997), *O milho na Ilha Josina Machel (Tese de Licenciatura)*. UEM/FAEF Maputo.

Manganhela, A. (1999), *Determinantes Principais para Participação da Mulher no Sistema de Crédito Semi-formal (Tese de licenciatura)*. UEM/FAEF. Maputo.

MOA/MSU/UA (Equipa de pesquisa) (1991), *Inquérito ao Sector Familiar da província de Nampula: Algodão na Economia Camponesa; Relatório Preliminar n.º 5*, Maputo.

MOA/MSU/UA (1991), *Inquérito ao Sector Familiar na Província de Nampula: Comercialização Agrícola; (Relatório Preliminar de pesquisa n.º 4)*, MOA/MSU/UA.. Maputo

MULEIDE (1994), *Inquérito sobre Mulher e o Sector Informel no Bairro George Dimitrov*, MULEIDE. Maputo.

Pene, L. R. M. (1998), *Reconhecimento de alguns Aspectos Sócio-económicos da Exploração e Comercialização do Caniço entre Maputo e Palmeiras Tese de Licenciatura*. UEM/FAEF. Maputo.

Quaria, A. P. (1999), *Análise Comparativa da Comercialização Agrícola ao Nível das Associações nos Distritos de Malema e Marracuene (Tese de Licenciatura)*. UEM/FAEF, Maputo.

Timmer, C. P.; Falcon, W. P.; Pearson, S. R. (1983), *Food Policy Analysis*, Washington D. C.: WB publication.

Timmer, C. P. (1986), *Private Decision and Public Policy, the Price Dilemma in Food System of Developing Countries. International development*. WB publication. Baltimore, Washington D. C.

USACE (1999), *Produção e Comercialização do Milho em Moçambique*, Maputo.

de Vletter, F. (1996), *Study of The Informal Sector in Mozambique (Maputo and Sofala)*, Maputo: Poverty Alleviation Unity, Ministry of Planning and Finances.

Waterhouse, R. & Braga, C. (2000), *Terra, Organização Sócio- Económica e Género dentro das Comunidades Locais: Um manual para os facilitadores*, Maputo.

World Bank (1990), *Mozambique-Restoring Rural Production and Trade. Vol. II. Statistic Appendices*. Southern Africa Department. Washington.

ANEXOS

Anexo 1.

Guião para a recolha de dados.

1. Origem de cada mulher comerciante (Maputo, Inhambane, Manica, Sofala...)

2. Estado civil da mulher (Csasa, solteira, divorciada e viúva)

3. Quem é que manda em casa?

4. Qual nível académico? (4^a, 5^a, 6^a)

5. Qual é a sua idade?

6. O que é que fazem as pessoas que vivem contigo (estudam, trabalham, ou não fazem nada e quantos)

7. O que é que fazia antes de começar a vender milho?

8. Porque é que começou a vender milho?

9. Onde é que veio o dinheiro pra iniciar o negócio de milho?

10. Quais são os problemas que enfrentou quando começou a fazer o negócio?

11. Qual o transporte que usa para carregar o milho?

12. Como é que armazena o milho?

13. Como é que vende o milho? (dão depois vêm pagar ou pagam logo)?

14. Quais são os problemas que vocês têm quando fazem este tipo de negócio?

15. Onde é que compram o milho?

16. Como é que sabem que nesta zonas existe o milho?

17. O que é que vocês costuma pagar? (sítio para dormir, quanto, comida, quanto, transporte, quanto)

18. Quantos sacos costuma comprar?

19. Quanto custa a lata de milho?

20. Num saco quantas latas tem?

21. Quanto tempo fica até completar os sacos de milho que quer?

22. Quanto tempo fica a espera de transporte?

23. Quanto custa para transportar por saco de milho?

24. Quanto custa o saco de milho no Maputo?

25. Quanto tempo ficam até comprarem?

26. Quando estão a comprar o milho, onde é que guardam o dinheiro para não serem roubadas?
