



FACULDADE DE ECONOMIA

Licenciatura em Gestão de Negócios

**Práticas de Gestão de Negócios no Sector Informal: Caso do Mercado Anexo do Grossista
de Zimpeto (2022 - 2023)**

Por:

LEARNER SUE DANWO

Trabalho do Fim do Curso

Maputo, Fevereiro de 2024

Práticas de Gestão de Negócios no Sector Informal: caso do Mercado Anexo do Grossista de Zimpeto (2022 - 2023)

LEARNER SUE DANWO

Trabalho de Licenciatura submetido à Faculdade de Economia da Universidade Eduardo Mondlane em cumprimento parcial dos requisitos para a obtenção de grau de licenciada em Gestão de Negócios sob orientação do Mestre **Dunildo Chilaúle**.

Orientador:

Maputo, Fevereiro de 2024

DECLARAÇÃO DE HONRA

Eu, **Lerner Sue Danwo**, declaro por minha honra que este trabalho de fim de curso nunca foi apresentado, na sua essência, para a obtenção de qualquer grau académico, e que ele constitui o resultado da minha investigação pessoal, estando indicadas no texto e na bibliografia as fontes que utilizei para a sua materialização.

A Candidata

(Lerner Sue Danwo)

Maputo, Fevereiro de 2024

DEDICATÓRIA

“Dedico este trabalho à minha amada mãe, fonte inesgotável de apoio e inspiração. Seu amor e encorajamento foram a luz que guiou cada palavra escrita. Obrigado, mãe.”

AGRADECIMENTOS

Neste momento de conclusão da minha monografia, gostaria de expressar meus agradecimentos a todas as pessoas e entidades que desempenharam papéis fundamentais nesta jornada académica.

Primeiramente, agradeço a Deus por me conceder a saúde, a perseverança e a sabedoria para concluir este trabalho. Sua orientação e graça estiveram sempre presentes, iluminando meu caminho.

À minha mãe, Ivete Florentina da Graça Cumbane, meu porto seguro e fonte de inspiração, que sempre acreditou em mim e me encorajou a perseguir meus sonhos académicos. Seu amor incondicional e apoio foram inestimáveis.

Aos meus irmãos, Aniceto, Hélio, Fred, Tadyba e Rose Mohomed, que compartilham comigo os desafios e alegrias da vida académica, agradeço pela companhia e pelo incentivo constante.

Ao meu supervisor, Dunildo Chilaúle, pela orientação experiência, apoio incansável e paciência durante todo o processo de pesquisa orientação. Suas sugestões e *feedbacks* valiosos foram cruciais para a conclusão deste trabalho.

A todas as pessoas que desenvolveram, directa ou indirectamente para este estudo, meus profundos agradecimentos. Suas experiências, *insights* e conhecimentos enriqueceram esta pesquisa de maneira significativa.

Por fim, agradeço à Universidade Eduardo Mondlane que me proporcionou a oportunidade deste estudo e a todos os professores realizados, colegas que fizeram parte desta jornada.

Este trabalho não teria sido possível sem o apoio e o envolvimento de todos vocês. Obrigado por fazerem parte desta importante etapa da minha vida académica.

EPÍGRAFE

“A educação é a arma mais poderosa que você pode usar para mudar o mundo.”

Nelson Mandela (1994)

RESUMO

Esta monografia explora as práticas de gestão de negócios no sector informal, concentrando-se no Mercado Anexo do Grossista do Zimpeto durante o período de 2022 a 2023. O objectivo primordial deste estudo é analisar como os vendedores informais gerenciam seus negócios e identificar as diferentes abordagens de gestão de empregadas. Os resultados indicam que, em geral, as práticas de gestão de negócios nesse mercado carecem de estrutura e formalização. A maioria dos vendedores depende exclusivamente de vendas para controle de stocks, o que pode resultar em ineficiências e perdas. Além disso, muitos não mantêm horários fixos de trabalho, o que pode afectar sua produtividade e bem-estar. Um aspecto notável é que algumas práticas de gestão de forma intuitiva e empírica proporcionam uma oportunidade de aprimoramento por meio da educação em gestão de negócios. Mediante essas constatações, recomendamos a implementação de programas de treinamento em gestão de negócios adaptados às necessidades dos fornecedores informais. Além disso, a criação de sistemas de controlo de stocks mais eficazes e o estabelecimento de horários de trabalho mais regulares, melhorariam a eficácia geral dos negócios informais. Este estudo destaca a importância de investir em capacitação e apoio aos empreendedores informais, não apenas para fortalecer seus negócios, mas também para promover o desenvolvimento económico sustentável nas comunidades em que operam.

Palavras-chave: Sector Informal, Práticas de Gestão, Gestão Negócios, Mercado Anexo do Grossista do Zimpeto.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de Localização do Mercado Anexo do Grossista do Zimpeto	21
--	----

Lista de Gráficos

Gráfico 1: Práticas de Planeamento do Mercado Anexo do Grossista de Zimpeto	23
Gráfico 2: Práticas de Organização do Mercado Anexo do Grossista de Zimpeto	25
Gráfico 3: Práticas de Direcção	26
Gráfico 4: Controlo de Estoque	27
Gráfico 5: Registo das Vendas.....	28

Lista de Quadros

Quadro 1: Funções de Gestão e suas Características	5
--	---

Índice

DECLARAÇÃO DE HONRA	i
DEDICATÓRIA.....	ii
AGRADECIMENTOS	iii
EPÍGRAFE.....	iv
RESUMO	v
LISTA DE FIGURAS	vi
INTRODUÇÃO.....	1
1.1. Contextualização.....	Erro! Indicador não definido.
1.2. Declaração do problema de pesquisa.....	2
1.3. Justificativa e relevância do estudo.....	2
1.4. Objectivos	3
1.4.1. Objectivo geral	3
1.4.2. Objectivos específicos	3
1.5 Estrutura	3
CAPÍTULO II.....	4
REVISÃO DE LITERATURA	4
2.1. Quadro Conceptual	4
2.1.1. Práticas de Gestão	4
2.1.2. Gestão de Negócios	6
2.1.3. Sector Informal.....	7
2.2. Práticas de Gestão de Negócios no sector informal	8
2.2.1. Características do sector Informal.....	8
2.2.2. A importância do sector informal	10
2.2.3. Relação entre as práticas gestão e o sector informal	12
2.3. Estudos empíricos.....	12
CAPÍTULO III.....	15
METODOLOGIA	15
3.1 Tipo de Pesquisa	15
3.1.1 Quanto aos procedimentos técnicos.....	15
3.1.2 Quanto aos objectivos	16
3.2 População e amostra.....	16

3.3	Técnicas de recolha de dados.....	16
3.3.1.	Entrevistas.....	17
3.4	Técnicas de apresentação, análise e discussão de resultados.....	18
CAPÍTULO IV.....		19
APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DE RESULTADOS.....		19
4.1.	O impacto das práticas de gestão de negócio na vida dos vendedores.....	19
4.1.	Caracterização do Mercado Grossista do Zimpeto.....	20
4.1.1.	Relevância Económica do Mercado.....	21
4.1.2.	Contexto de Operação e Surgimento do Mercado Anexo Grossista.....	21
4.1.3.	Infra-estrutura e Serviços Básicos.....	22
4.1.4.	Diversidade de Produtos.....	22
4.1.5.	Práticas de Gestão de Negócios no Mercado Grossista do Zimpeto.....	22
CAPÍTULO V.....		30
CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES.....		30
5.1.	Conclusão.....	30
5.2.	Sugestões.....	31
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		32
APÊNDICES.....		35

CAPÍTULO I INTRODUÇÃO

É consensual no mundo dos negócios que as práticas de gestão desempenham um papel fundamental na melhoria contínua do desempenho das empresas, independentemente do seu tamanho ou sector. Desde o século XX, quando os pioneiros como (Taylor, 1911) e (Fayol, 1968) estabeleceram os princípios da Gestão Científica e da Teoria Administrativa, respectivamente, o foco nas práticas de gestão tem sido a força motriz por trás da busca por eficiência e eficácia. Embora essa evolução tenha gerado ferramentas como o famoso modelo das Cinco Forças de Porter, muitas vezes nos concentramos nas práticas de empresas, negando um grande contingente que é o sector informal.

De acordo com (WEO, 2022)¹, o tamanho da economia informal em Moçambique é estimado em 34.3%, o que representa aproximadamente 2 bilhões de dólares a nível do PIB. A maior parte da população urbana do país exerce o seu trabalho nesse sector, segundo o plano Estrutural de Maputo (2010), refere que quase dois terços (65%) da população economicamente activa na Cidade de Maputo está envolvida de alguma forma no sector informal. As principais actividades incluem comércio e transporte (50%), indústria e construção (14%) agricultura (11%) e serviços (26%).

Neste contexto, propomos como tema de pesquisa, uma análise sobre as práticas de gestão negócio no sector informal em Moçambique, por se tratar de uma actividade que é praticada pela maioria da população moçambicana. Embora os empreendedores informais adotem práticas intuitivas para administrar seus negócios, há uma lacuna de conhecimento sobre a eficácia dessas abordagens em maximizar lucros ao longo do tempo. Esta pesquisa busca iluminar essa esfera, lançando luz sobre o quão eficazes essas práticas podem ser em um contexto onde as misturas do mercado são uma constante.

Assim, para a prossecução do estudo, a presente proposta de pesquisa propõe um estudo de caso dos vendedores do mercado Grossista do Zimpeto, sita na Cidade de Maputo no período compreendido entre 2022 – 2023.

¹ *World Economics Outlook*

1.1. Declaração do problema de pesquisa

Conforme referimos acima, o desenvolvimento das teorias de gestão revela que o conhecimento das práticas de gestão de negócio permite a identificação de problemas e oportunidades de negócio, redução de custos que agregam maior rentabilidade no negócio e consequentemente a melhoria do desempenho das empresas. Ora, nota-se pouco debate sobre a matéria virada para os negócios do sector informal, razão pela qual propomos como pergunta pesquisa:

Que práticas de gestão de negócio são usadas pelos vendedores informais do mercado anexo do grossista de Zimpeto entre 2022 – 2023?

1.2. Justificativa e relevância do estudo

De acordo com apresentado acima, mais de 65% da população economicamente activa os seus rendimentos advêm do sector informal. Nesta perspectiva, toda acção tendente a melhoria do desempenho dos negócios do sector informal tem um impacto positivo sobre o nível de actividade económica e do bem-estar social, uma vez que vai aumentar o rendimento das famílias, com enfoque para as que apresentam baixo nível de escolaridade.

Nesta perspectiva, o primeiro ponto para entender as necessidades dos negócios do sector informal, parte primeiro do conhecimento dos modelos de gestão usados no desenvolvimento dos seus negócios, e com isso propor melhorias. Nesta senda, o tema proposto mostra se relevante na medida em que vai permitir conhecer os modelos de gestão usados pelos vendedores do mercado anexo do grossista do Zimpeto.

Trata-se de um estudo pioneiro em Moçambique que vai, certamente, trazer uma nova visão sobre as práticas de gestão usadas no sector informal moçambicano e vai privilegiar o uso de dados primários a serem obtidos juntos dos vendedores daquele mercado. Assim, ao responder a nossa pergunta do foco, o estudo vai trazer uma contribuição simples e vital a dois níveis:

- i. ao nível da gestão dos negócios informais, ao fazer um *benchmarking* sobre as práticas gestão usadas no sector informal versus os modelos de gestão advogados pelos vários autores e os comumente usados no sector formal

- ii. ao nível académico, a pesquisa vai abrir um campo de debate e investigação científica sobre as novas abordagens/perspectivas a serem usadas em novos estudos sobre a matéria, olhando os outros sectores com maior prática de negócios informais.

1.4. Objectivos

1.4.1. Objectivo geral

- Analisar as práticas de gestão de negócios do sector informal no Mercado Anexo do Grossista de Zimpeto 2022 – 2023.

1.4.2. Objectivos específicos

- Saber o impacto das práticas de gestão de negócio na vida dos vendedores;
- Caracterizar os negócios informais praticados do Mercado Grossista do Zimpeto, no período em análise; e
- Identificar as práticas de gestão de negócios usadas no mercado anexo Grossista do Zimpeto, no período em análise.

1.5 Estrutura

Para melhor compreensão, a presente pesquisa encontra -se dividida em cinco capítulos incluindo o presente relativo a introdução. O segundo faz a revisão da literatura com vista a apurar, sob ponto de vista teórico, a relação existente entre as variáveis e apresenta resultados de algumas evidências empíricas. Em terceiro, temos a metodologia que se ocupa essencialmente pela identificação dos métodos utilizados para a prossecução da pesquisa. Em sequência temos a apresentação e interpretação de dados e por fim, o capítulo das conclusões e recomendações que compõem o trabalho final.

CAPÍTULO II

REVISÃO DE LITERATURA

Para uma análise profunda das práticas de gestão de negócios do sector informal no Mercado Anexo do Grossista de Zimpeto 2022 – 2023, é essencial a compreensão teórica do tema para um melhor embasamento ao debruçarmo-nos sobre o assunto.

Nessa perspectiva, o presente capítulo apresenta a definição de conceitos que norteiam o tema em análise, assim como a apresentação da contribuição ou de estudos similares de outras pesquisas que abordam sobre a matéria. Portanto, a compreensão dos conceitos como Práticas de Gestão, Gestão de Negócio e Sector Informal, constitui um requisito indispensável para a melhor discussão do trabalho.

2.1. Quadro Conceptual

2.1.1. Práticas de Gestão

As práticas de gestão de negócios têm uma longa história de evolução, com contribuições significativas de renomados teóricos. No decorrer dos anos, diversos autores têm abordado essas práticas ressaltando sua importância para o sucesso organizacional, de entre eles podemos destacar a contribuição de (Fayol, 1968) que delineou as bases das funções administrativas.

Em sua abordagem, (Fayol, 1968) destacou quatro funções administrativas essenciais: planeamento, organização, direcção e controle. Esses elementos formaram a espinha dorsal das práticas de gestão de negócios por muitos anos.

Para o autor, o planeamento envolve definir objectivos e os meios para atingi-los; a organização trata da estruturação das interacções entre departamentos e atribuições de actividades aos membros da organização; a direcção se concentra em orientar e liderar os membros para alcançar os objectivos organizacionais e o controle, envolve a avaliação dos resultados em relação aos objectivos estabelecidos, tomando medidas correctivas quando necessário.

Mais tarde, (Chiavenato, 2000) oferece uma visão complementar às práticas de gestão de negócios. Ele enfatizou a administração como a capacidade de traduzir objectivos organizacionais em acções concretas por meio de funções vitais, como planeamento, organização, direcção e

controle. Essas actividades se tornaram uma parte fundamental no aprendizado das práticas de gestão de negócios e têm permitido que organizações alcancem seus objectivos de maneira eficaz.

Ademais, (Santos, 1992) citado em (Schultz, 2016), propôs uma visão abrangente das funções da organização onde destacou seis funções distintas incluindo funções administrativas. Essa perspectiva ampliada abraçou funções específicas como administrativas, técnicas, comerciais, financeiras, de segurança patrimonial e contábil. Dentro da função administrativa, (Schultz, 2016) identificou actividades críticas, como prever, organizar, comandar, coordenar e controlar, que desempenham um papel vital nas práticas de gestão de negócios.

O quadro 1 faz o resumo das funções de Gestão e sua respectiva caracterização.

Quadro 1: Funções de Gestão e suas Características

Função	Descrição
Planeamento	Definir os objectivos para a organização e a forma como os mesmos devem ser atingidos, ou seja, é o processo de determinar previamente o que deve ser feito, como fazê-lo, quando, por quem e com que meios.
Organização	Especificar a explanação das interacções entre os vários departamentos de uma organização de forma a atingir os objectivos predelineados e define as actividades efectuadas por cada membro.
Direcção	Orientar e dirigir o comportamento dos membros da organização de forma a serem alcançados os objectivos organizacionais. A função da direcção pode incluir a liderança que é capacidade de influenciar e motivar os liderados a atingirem o objectivo grupal, a comunicação que é o processo de permuta de informações, e a negociação no sentido de ser um processo dinâmico, que procura encontrar e estabelecer um compromisso equitativo e motivador, (para alcançar os objectivos desejados) e que possa satisfazer ambas as partes.
Controlo de Gestão	Avaliar os resultados obtidos face aos objectivos planeados, e aplicar se necessárias medidas correctivas para colmatar os desvios.

Fonte: Reis (2020)

Ao analisarmos essas perspectivas, podemos entender que as práticas de gestão de negócios estão intrinsecamente ligadas às funções e actividades administrativas, e compreender e aplicar eficazmente essas funções é essencial para o sucesso de qualquer empreendimento que seja.

2.1.2. Gestão de Negócios

No que concerne ao conceito de Gestão de Negócios, (Drucker, 1946) foi um dos mais influentes pensadores da administração moderna que definiu a gestão de negócios como sendo a coordenação e o controle dos recursos de uma organização para alcançar objectivos específicos. O autor enfatizou na sua teoria a importância da eficiência e a eficácia na gestão, destacando a necessidade de tomar decisões informadas e orientadas para resultados.

Na perspectiva de (Chiavenato, 2004), a administração de um negócio e/ou empresa é saber interpretar quais são seus objectivos e transformá-los em acção, direcção e controle, garantindo competitividade e estabilidade, ou seja, administrar um negócio é o processo de planejar, organizar, dirigir e controlar os recursos, também representado por um conjunto de princípios, normas e funções com a finalidade de ordenar e controlar a produtividade e eficiência, para obtenção de determinado resultado, equiparando esta definição, portanto, ao conceito de gestão de negócios na perspectiva de que há objectivos específicos por se alcançar.

Numa outra visão, podemos ter a Gestão de Negócios como sendo aquela que envolve o uso de funções de gestão para trazer uma coordenação eficaz dos recursos económicos, tais como recursos humanos, recursos tecnológicos e recursos naturais para a consecução dos objectivos do negócio. (Sá, 2017). Por fim, mas sem procurarmos esgotar o debate, (Netto & Gonçalves, 2020), destacam que a gestão de negócios é a actividade humana que direcciona recursos de um empreendimento bem coordenado e organizado, para que se tenha uma boa avaliação e controle das actividades operacionais.

Portanto, com base nos argumentos acima apresentados, a gestão de negócios, constitui-se em um elemento preponderante para a organização e o crescimento de qualquer negócio, quer seja formal ou informal, pois, com base em uma boa gestão, o proprietário, saberá definir seus objectivos e suas metas a alcançar para alavancar a sua actividade.

2.1.3. Sector Informal

A definição do conceito do sector informal envolve conturbados debates na medida em que alguns autores o advogam como uma actividade ilegal, e outros como uma actividade social de subsistência ou sobrevivência, conforme podemos acompanhar adiante.

Relativamente ao sector informal (Muendane, 2000), ao citar (Santos, 1992), referencia como aquele que engloba actividades que se desenvolvem à margem do controlo oficial instituído e da regulamentação económica, carecem de registos administrativos, de segurança social e estatísticos, sem acesso ao crédito formal, muitas vezes irregular, com capital muito limitado e com um reduzido número de trabalhadores, actividades que colocam problemas de consistência na informação estatística e na avaliação económica, criando distorções no cálculo das variáveis macroeconómicas como PIB, Rendimento disponível, Taxa de desemprego, entre outros.

A definição acima apresentada por (Muendane, 2000), evidencia as principais características do sector informal, mas também evidencia os principais problemas por ele criado ao afirmar que o Estado não consegue controlar as estatísticas dessa actividade devido à sua desorganização. Portanto, esta definição revela-se completa na medida em que descreve o sector informal sob ponto de vista social e político.

A (OIT, 2016), define o sector informal como um conjunto de unidades empenhadas na produção de bens ou serviços, tendo como principal objectivo, a criação de empregos e de rendimentos, para as pessoas nela envolvidas.

Por seu turno, (Queiroz, 2020) define o sector informal como a actividade orientada para o mercado, com o principal objectivo de criar emprego e rendimento para as pessoas que nela estão envolvidas e seus agregados familiares, como fonte de sobrevivência. O autor, portanto, traz uma visão sociológica do sector informal, ao aliar como uma estratégia de sobrevivência, adoptada pelas camadas desfavorecidas, para a satisfação de suas necessidades básicas diárias, uma vez que esta é praticada por grupos familiares. As definições acima apresentadas, deram-nos bases suficientes para a compreensão do sector informal que nos levaram a concluir que o sector informal é uma actividade praticada por grupo de pessoas, de maneira ilegal e precária, como fonte de sobrevivência

2.2. Práticas de Gestão de Negócios no sector informal

Esta secção, reserva-se na discussão das práticas de gestão de negócios no sector informal. Importa destacar, que a existência de pouca literatura que aborde sobre a gestão de negócios no sector informal, limitou o debate sobre a temática neste estudo.

A informalidade dos pequenos negócios familiares assume a forma de práticas e de processos, o que pode ser uma vantagem devido à flexibilidade e capacidade para reagir rapidamente, mas poderá ter um lado negativo pois muitas vezes falta-lhes uma abordagem de gestão sistemática (Peters & Buhalis, 2007).

Acrescem os autores que à informalidade dos pequenos negócios familiares, acresce-se a ausência de dados exactos, quer contabilísticos, quer financeiros, que pode levar a perda de receita, ausência de dados estatísticos para tomada de decisão, erros de cálculo de indicadores críticos de desempenho, como o retorno de investimento, custo variável e estruturas de preços (Peters & Buhalis, 2007).

Em seu artigo intitulado “Empreendedorismo: Planeamento de Negócios Formais no Mercado Informal”, (Cupertino & Mendonça, 2012) concluem que a gestão de negócios no sector informal é pouco aplicada, promovendo dessa forma falhas no processo de gestão, dificuldades de acesso ao crédito, elaboração de estratégias de mercado e precoce mortalidade desses negócios.

Por seu turno (Silva J. S., 2021), defende igualmente que as práticas de gestão de negócios no sector informal, obedecem a uma improvisação, devido a falta de educação financeira e inexperiência dos seus vendedores. O que suscita que as práticas da gestão de negócios no sector informal são contingenciais na medida em que não obedecem, estritamente, a uma estrutura de plano formal.

2.2.1. Características do sector Informal

De acordo com (Chichava, 1998), o sector informal em geral apresenta as seguintes características:

- ✓ Para o início das actividades conta apenas a iniciativa pessoal;
- ✓ É uma organização individual ou familiar, livre e flexível;
- ✓ É de fácil entrada e integração, mas com muitos riscos de se extinguir;

- ✓ As instalações geralmente são inexistentes;
- ✓ Emprega mão-de-obra barata, jovem e com predominância do sexo feminino em certas actividades como a venda de produtos, hortícolas, vegetais, e outros produtos agrícolas;
- ✓ Comercializa uma vasta gama de produtos e presta serviços diversos que não envolvem grande tecnologia ou equipamento;
- ✓ A formação profissional é reduzida ou inexistente, privilegiando-se as práticas de aprendizagem no processo de trabalho;
- ✓ Usa insumos conseguidos nas unidades do sector formal e às vezes, abastece também o sector formal;
- ✓ O salário e vínculo contratual são celebrados entre pessoas, sem vínculo contratual;
- ✓ O crédito é concedido por pessoas singulares ou familiares e pelo recurso a associações de poupanças e crédito e a margem de lucros é elevada por unidade, mas pequena por volume.

Segundo (Nazaré, 2006) citado por (Maposse, 2011), o sector informal inclui actividades económicas, tais como “bancos informais” que recolhem pequenas poupanças e fazem empréstimos por segmentos da população que não têm acesso ao crédito bancário.

De acordo com (Cruz & Silva, 2005) a economia informal abriga uma ampla gama de actividades de subsistência, embora muitos trabalhadores nesse sector enfrentem desafios significativos. Os trabalhadores informais, em sua maioria, lidam com condições laborais precárias e inseguras, muitas vezes cuidando de educação formal e oportunidades de formação adequadas. Eles tendem a obter rendimentos mais baixos e instáveis em comparação com seus pares na economia formal, além de jornadas de trabalho mais longas.

Outra característica da economia informal é a falta de cobertura por acordos colectivos e a ausência de representação de direitos, muitas vezes associada a um estatuto de emprego incerto ou mascarado. Além disso, esses trabalhadores enfrentam uma maior vulnerabilidade física e financeira, uma vez que muitas das protecções usufruídas pelos trabalhadores formais, como segurança social, segurança e saúde no trabalho, licença-maternidade e outras salvaguardas legais, muitas vezes não se aplicam ao trabalho na economia informal (Cruz & Silva, 2005).

Ao caracterizar o sector informal em Moçambique, (João, 1998) descreve como aquele que é praticado por um envolvimento da maioria da população moçambicana de baixa renda, com capital insuficiente, uso de tecnologia rudimentar, com pouco ou nenhum crédito de instituições

financeiras formais, com condições de vida razoáveis para uns e deploráveis para outros, e com condições higiénicas deploráveis das actividades que exercem.

2.2.2. A importância do sector informal

Em sua dissertação intitulada “O papel do comércio informal na ocupação da força de trabalho em Moçambique”, (Maposse, 2011) concluiu em seu estudo, que no comércio informal estão envolvidos maioritariamente jovens de nível primário que praticam a actividade por conta própria. De forma geral as mulheres dominam o comércio informal e praticam-no como actividade única para a sua sobrevivência.

Acresce (Maposse, 2011) que o comércio informal é uma actividade económica de maior importância, na medida em que, cria auto-emprego que gera receitas que permitem o acesso a bens e serviços essenciais. É também fonte para a sobrevivência de muitas famílias e ajuda no sustento e melhoramento das condições de vida dos indivíduos envolvidos.

Em sua monografia, (Maluleque, 2018) analisa o papel do comércio informal no desenvolvimento local, e conclui que, a existência do sector informal na vila de Magude é muito importante pois, este sector fecha uma lacuna de falta de emprego, encaram a actividade sendo subsidiária para o aumento dos rendimentos contribuindo para a minimização da pobreza. A entrada do comércio informal é tida como o alcance da independência individual, onde a partir desta entrada os entrevistados viram suas maiores dificuldades ultrapassadas.

O sector informal, pode determinar a mudança de estilo de vida dos seus praticantes, ao lhes proporcionar melhores opções de vida, porém, dependendo do nível de negócio e benefício que pode trazer aos vendedores informais.

O sector informal, tem tido um grande contributo na economia nacional, representando em 40% do PIB de acordo com o (INE, 2022).

(Lopes, 1999) citado por (Maluleque, 2018) ressalta que o sector informal na produção e comercialização tem desempenhado um papel importante no actual estágio de desenvolvimento da sociedade moçambicana; intervém na oferta de bens e serviços adequados aos rendimentos e ao poder de compra de vasta camada da população desfavorecida.

Por outro lado, (Mosca, 2018), analisa como a economia “informal” e as informalidades da economia e da sociedade são um factor de reprodução da riqueza e da pobreza, questiona-se o comércio informal não é um factor de alívio da pobreza a curto prazo que a governação cria, em benefício da concentração da riqueza, da manutenção de uma crise de intensidade suportável e que termina por comprometer o crescimento estável a longo prazo.

O autor concluiu que as economias informais contribuem para a mitigação ou camuflagem da pobreza, do emprego, geram rendimentos e mantêm a sociedade em crise de intensidade não tumultuosa.

Outro estudo bastante importante para a compreensão da importância do sector informal, é a dissertação do (Maposse, 2011), onde, ao analisar a contribuição do comércio informal de produtos agrícolas para o desenvolvimento local no distrito da Manhica, em Maputo, conclui em seu estudo que as relações sociais no seio dos vendedores de produtos agrícolas e com outros actores presentes no sector informal são, tendencialmente, de interajuda e reciprocidade, o que reflecte uma rede de solidariedade entre os mesmos, embora sejam também de concorrência.

(Maposse, 2011) acresce que a venda de produtos agrícolas gera benefícios económicos, sociais, culturais, políticos e ambientais que permitem melhorar a qualidade de vida de alguns vendedores informais. Os outros vêm os seus benefícios abaixo da linha da sobrevivência, pois os seus ganhos económicos e associativismo são limitados. E conclui que a contribuição do comércio informal de produtos agrícolas para o desenvolvimento local se distribui de forma desigual entre os vendedores informais e seus respectivos agregados familiares, visto que, alguns melhoram a sua qualidade de vida em todas as suas dimensões, e outros, não.

Em 2021, de acordo com uma informação vinculada pelo (Diário-Económico, 2021), as perdas de receitas com registo decorrentes de ilegalidades no sector informal, em 2021, estiveram na ordem de 11,6 milhões de meticais e, no presente ano, o país já sofreu prejuízos, em dois meses, 9,7 milhões de meticais, com o comércio informal ilegal.

Portanto, podemos concluir, com base nos estudos acima apresentados, que o sector informal, tem tido um papel bastante importante na satisfação das necessidades dos seus praticantes. Dessas necessidades, sublinha-se a alimentação, a habitação, a educação, entre outras necessidades de extrema importância para o ser humano.

2.2.3. Relação entre as práticas gestão e o sector informal

Conforme o conceituado acima, enquanto o sector informal se caracteriza por realização de uma actividade económica sem observar os procedimentos administrativos legais para constituição de negócio formal no seio da administração local, as práticas de gestão estão intimamente ligadas a forma como os indivíduos gerem os seus negócios desde a organização, planificação, operacionalização, a gestão financeira e tomada de decisões.

É consensual que, quanto maior for a informação sobre o desempenho do negócio, melhor são as decisões a tomar sobre os investimentos futuros e conseqüentemente o aumento dos níveis de retorno. Nesta perspectiva, as práticas de gestão constituem um elemento fundamental para o desenvolvimento dos negócios do sector informal, e, conseqüentemente aumentar os níveis de rendimento.

2.3. Estudos empíricos

Conforme referenciamos anteriormente, em Moçambique há poucos estudos que analisam as práticas de gestão sobre os negócios do sector informal, facto que motivou a discussão do tema na presente proposta pesquisa. Estudos internacionais trazem evidências empíricas sobre o impacto das práticas de gestão sobre alguns indicadores macrofinanceiros, entretanto, poucos fazem uma análise virada para o sector informal devido:

- i. as características dos negócios do sector informal, que na sua maioria não apresentam registos nem contas organizadas,
- ii. ao uso de modelos gestão *ad hoc*, o que não permite sistematizar a informação contabilística ao longo de tempo e com isto facilitar as projecções dos indicadores de desempenho.

(Chivangue, 2012), fez um estudo intitulado “MUKHERO EM MOÇAMBIQUE: Análise das Lógicas e Práticas do Comércio Informal”, cujo objectivo era analisar as lógicas e práticas dos agentes informais em Moçambique, concretamente as dos micro-importadores vulgarmente conhecidos por *mukheristas*. Do ponto de vista metodológico o estudo foi feito na base em dois pressupostos teóricos: a racionalidade diversa e a teoria da acção fundamentada, e ao inquérito administrado para o efeito a diversa bibliografia que versa sobre o assunto.

A questão central do trabalho acima descrito era: que percepções de riqueza e de pobreza decorrem da prática do *mukhero*?, do qual o autor concluiu que as lógicas e práticas dos *mukheristas* afastam-se da interpretação atomista e egoísta que a actual meta narrativa persiste em propor sobre o indivíduo e sua relação com o mercado.

(Cupertino & Mendonça, 2012) também fizeram um estudo atrelado ao tema “Empreendedorismo: Planeamento de Negócios Formais no Mercado Informal”, cujo objectivo foi analisar o comportamento do empreendedor após observar uma oportunidade de mercado, apontando os principais erros e assinalando os pontos principais que devem ser destacados no planeamento.

O estudo teve como base metodológica a fundamentação teórica, e concluiu que o planeamento de pequenos empreendimentos ainda é pouco aplicado, promovendo dessa forma falhas no processo de gestão, dificuldades de acesso ao crédito, elaboração de estratégias de mercado e precoce mortalidade desses negócios.

De acordo com (Lima, 2017) refere que os vendedores informais não obedecem a quaisquer procedimentos formais para a gestão dos seus negócios, o que os faz exercer suas actividades, com práticas de improviso, no seu dia-a-dia. Deste modo, percebe-se que as pessoas que trabalham na informalidade desconhecem ou pouco sabem do que é composto a gestão e assim sendo, ficam a mercê dos poucos conhecimentos que possuem em relação ao mesmo.

Por seu turno, (Rai, 2021) afirma que tem sido muito difícil desenvolver actividades contabilísticas eficiente e eficaz por parte dos comerciantes do sector informal, porque estes desconhecem melhores práticas de gestão de negócios em muitos casos devido ao baixo nível de educação financeira, que constitui uma das principais causas do mau planeamento da reforma dos vendedores do sector informal.

Por sua vez, para (Soares, 2022) a problemática das fracas práticas de gestão de negócios no sector informal em Moçambique, está relacionado com o baixo nível de educação financeira, sobretudo na questão de gestão de negócios, para o autor, os comerciantes neste sector, enfrentam enormes desafios na administração e controlo dos ganhos da comercialização dos seus produtos.

Por fim, podemos apresentar o estudo feito por (Tafula, 2023) com o título “Estratégias de Negócio Informal no Mercado Malanga, Cidade de Maputo, Moçambique” com o objectivo de

compreender as estratégias de negócio informal implementadas por estas pessoas. Para execução da pesquisa, optou-se pela observação participante, seguindo uma abordagem qualitativa e exploratório. E foram realizadas entrevistas semi-estruturada aos vendedores do mercado em estudo.

O estudo de (Tafula, 2023) concluiu que o sector informal, gera benefícios económicos, sociais e culturais que permitem melhorar a qualidade de vida dos vendedores, pois permite ter uma independência financeira, ajuda na criação do auto-emprego e no desenvolvimento económico do país.

No entanto, alguns autores pioneiros sobre a matéria mostram nos seus estudos que os proprietários dos pequenos negócios usam modelos de prática de gestão baseados em modelos de aprendizagem, sem, no entanto, seguir um padrão cientificamente aprovado para incrementar os seus resultados, (Silva J. S., 2021).

CAPÍTULO III METODOLOGIA

3.1 Tipo de Pesquisa

A presente pesquisa adoptou uma abordagem qualitativa pois houve uma preocupação em aprofundar a compreensão das práticas de gestão de negócio usadas no Mercado Anexo do Grossista de Zimpeto, que por vezes podem ser subjectivos. Segundo (Prodanov & De Freitas, 2013), pesquisa qualitativa caracteriza-se por envolver um tipo de estudo com ambiente natural, dados descritivos, preocupação com o processo e preocupação com o significado. O ambiente natural é fonte directa para colecta de dados, interpretação de fenómenos e atribuição de significados.

A pesquisa é ainda qualitativa na medida em que não procura manipular dados numéricos ou estatísticos para que o pesquisador chegue às conclusões específicas, mas sim através do guião de entrevistas, procura colher opiniões que, se servindo da técnica de análise de conteúdo, vai interpretá-los dando-lhes significados para compreensão do fenómeno que ocorre no Mercado Anexo do Grossista do Zimpeto.

3.1.1 Quanto aos procedimentos técnicos

Para ir ao encontro dos objectivos propostos, no delineamento desta pesquisa o método de procedimento é o do estudo de caso, que se baseia numa pesquisa exploratória. A opção por este tipo de pesquisa, deve às seguintes razões: Primeiro, por se tratar de um caso de estudo de interesse para a investigadora para compreender realidades semelhantes melhor a realidade e/ou os fenómenos de análise *in loco*.

Segundo, por entender que consiste na descrição intensiva e detalhada cujo objecto em análise neste caso “Práticas de gestão de negócio no sector informal: Caso de estudo no Mercado Anexo Grossista de Zimpeto” (Sousa & Baptista, 2011). Neste caso, o fenómeno a ser estudado é a prática de gestão de negócios no sector informal. Terceiro, e não menos importante, o facto do estudo de caso permitir analisar um fenómeno de contexto e identificar variáveis envolventes nas práticas de gestão de negócio.

3.1.2 Quanto aos objectivos

De acordo com (Kauarak, Manhães, & Medeiros, 2010), trata-se de uma pesquisa exploratória pois, busca a compreensão das causas que terminam para a ocorrência de um determinado evento. Visa descrever os factores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenómenos, aprofundando o conhecimento da realidade e o porquê das coisas.

A exploratória, tem como objectivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. A grande maioria dessas pesquisas envolve: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que estimulem a compreensão (Gil, 2007).

3.2 População e amostra

A população de pesquisa foi de 4500 vendedores no mercado anexo grossista do Zimpeto, e atrelando-se a amostragem não probabilística, colhemos dados de pelo menos 45 vendedores.

Os 45 vendedores do Mercado Anexo do Grossista do Zimpeto foram de ambos géneros (masculino e feminino), sem uma idade e nível académico específicos, aplicando-se, portanto, a técnica de amostragem não probabilística intencional na qual num determinado critério, é escolhido intencionalmente um grupo de elementos que irão compor a amostra. O investigador se dirige intencionalmente a grupos de elementos dos quais deseja saber a opinião. (Pozo & Crespo, 1998).

Claro que os procedimentos desta amostragem são muito mais críticos em relação à validade de seus resultados, todavia apresentam algumas vantagens, sobretudo no que se refere ao custo e ao tempo despendido, e essa é uma das vantagens pretendidas nesta pesquisa, a racionalização do tempo com vista a evitar o seu dispêndio, ou seja, a amostragem não probabilística intencional corresponde a métodos empíricos que são de fácil aplicação e baixo custo, mas não permitem em geral, tirar conclusões sobre a precisão dos resultados.

3.3 Técnicas de recolha de dados

De acordo com (Gil, 2007), as técnicas de recolha de dados, consistem nos meios que serão usados para o levantamento de dados durante a pesquisa. No que diz respeito as técnicas de recolha

de dados, usar-se-ão as entrevistas, observação e consulta documental com propósito de confrontar as informações obtidas em cada uma das técnicas, e alcançar resultados mais seguros. Para este estudo, serão usadas as entrevistas e a observação, como técnica de recolha de dados.

3.3.1. Entrevistas

Depois de efectuar a revisão de literatura e a observação, de seguida, colectamos os dados com recurso a técnica de entrevista. A entrevista é uma técnica de compilação de informação mediante uma conversa profissional, com propósito de adquirir uma informação acerca do que se investiga (Ramos & Naranjo, 2014). Para (Sousa & Baptista, 2011), a entrevista é um método de recolha de informações que consiste em conversas orais, individuais ou de grupos, com várias pessoas cuidadosamente seleccionadas, cujo grau de pertinência, validade e fiabilidade é analisado na perspectiva dos objectivos da recolha de informações.

Numa outra abordagem, (Selltiz, 1967) citado em (Gil, 2007) referem que a entrevista, enquanto técnica de colecta de dados, é bastante adequada para a obtenção de informações acerca do que as pessoas sabem, crêem, esperam, sentem ou desejam, pretendem fazer, fazem, ou fizeram, bem como acerca das suas explicações ou razões a respeito das coisas precedentes.

Sendo uma técnica de colecta de dados, a entrevista na visão de (Sousa & Baptista, 2011) é um instrumento de natureza qualitativa, e fundamenta-se na atribuição de significados de linguagem que os indivíduos usam para exprimir sentimentos, emoções ou percepções sobre suas experiências, permitindo a elaboração de suposições de trabalho que inicialmente não eram visíveis ou não estão em documentos. Para os autores, o ponto básico da técnica da entrevista é a elaboração do guião sobre o qual a entrevista se efectua, sendo que o seu objectivo, está ligado com os objectivos da investigação e não ao desenvolvimento pessoal da pessoa entrevistada.

No presente trabalho, usaram-se as entrevistas semiestruturadas. A opção pelo tipo de entrevistas se deu em função de proporcionar ao entrevistador melhor entendimento e captação da perspectiva dos entrevistados, pois as entrevistas livres, ou seja, totalmente semiestruturadas onde os participantes da pesquisa falam livremente, ou seja, falam assuntos que se quer falar com maior liberdade e rigidez para o entrevistado (Sousa & Baptista, 2011).

3.4 Técnicas de apresentação, análise e discussão de resultados

Para a apresentação dos dados, usamos a técnica de categorização. Para análise e discussão dos resultados, usamos a técnica de triangulação e análise de conteúdo.

A análise de conteúdo que é “um conjunto de técnicas de análise de comunicação visando obter, por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo, mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens” como afirma (Bardin, 2011).

CAPÍTULO IV APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DE RESULTADOS

Neste capítulo, numa primeira fase aborda-se sobre o impacto das práticas de gestão de negócios na vida dos vendedores, posterior faz-se uma caracterização do Mercado Anexo Grossista do Zimpeto, que servirá como **um contexto fundamental** para a compreensão das práticas de gestão dos negócios informais que nele operam. A seguir, o capítulo faz uma abordagem analítica sobre os principais aspectos que compõem a caracterização do mercado, o objecto de pesquisa, com vista ao *alcance do objectivo geral e específicos descritos nesta pesquisa*.

4.1. O impacto das práticas de gestão de negócio na vida dos vendedores

A compreensão do impacto das práticas de gestão de negócio na vida dos vendedores, revela-se importante para aferirmos a aplicabilidade e sustentabilidade dessas técnicas ou práticas nas suas vidas.

(Jairoce, 2016), por exemplo, alude que o não cumprimento das responsabilidades familiares por parte dos chefes de família (que na tradição local são homens) levou a que as mulheres se vissem “obrigadas” a ter de recorrer a outras actividades remunerativas a fim de garantir a sobrevivência do núcleo familiar. Um dos efeitos deste processo foi a crescente autonomia conquistada pelas mulheres ao nível urbano.

Os estudos de (Mosca, 2018), (Mutheto, 2011), (Njauala, 2005) e (Chivangue, 2012) mostram que as mulheres e os adultos foram os primeiros a serem despedidas quando o sector público foi reduzido, as indústrias “não lucrativas” fechadas e encerradas as unidades agrícolas do Estado, cooperativas e serviços de comercialização agrícola, o que influencia na busca alternativa de sobrevivência.

Este desiderato, é confirmado com as narrativas dos vendedores, que quando questionadas sobre os benefícios da actividade que praticavam, responderam nos seguintes termos:

Com o dinheiro que ganha sustenta a sua família; Com o dinheiro que ganha a comerciante disse que investe no xitique e na compra de mercadorias para abastecer a sua banca e também sustenta a sua família; Com o dinheiro que ganha compra material escolar para os seus filhos; Com

o dinheiro que ganha Sustenta a sua família e aumenta a quantidade de produtos na loja; Com o dinheiro que ganha compra uniforme e comida para as crianças e outro dinheiro coloca na poupança; Com o dinheiro que ganha consegue ajuda na compra de alimentos e para os seus filhos, e faz xitique semanal de 100 meticais com o seu grupo de amigas e outra parte do lucro põe na poupança.

De uma posição subalterna, dependente e sujeita às funções e ritos tradicionais, as mulheres e os jovens, também através da economia “informal” (sobretudo no comércio), começaram a assumir um papel activo e directo na integração do mercado das famílias e de afirmação pessoal, com obtenção de rendimentos e geração de riqueza (Mosca, 2018).

Acredita-se que a maior parte da força de trabalho ocupada no comércio informal é do sexo feminino. Segundo (Cruz & Silva, 2005) os dados da Associação dos Operadores e Trabalhadores do Sector Informal (ASSOTSI) sobre o sector informal em Moçambique e continente africano revelaram que a maior parte dos agentes informais são mulheres. “As mulheres fazem parte dos primeiros grupos que dinamizaram a criação e o desenvolvimento do sector informal, e continuam a representar a maior população de indivíduos que operam neste sector”. Os estudos feitos por (Lopes, 1999) citado por (Maluleque, 2018) e (Ardeni, 2001) também chegaram a mesma conclusão.

É nesta senda que acresce (Maposse, 2011), que o comércio informal é uma actividade económica de maior importância, na medida em que, cria auto-emprego que gera receitas que permitem o acesso a bens e serviços essenciais. É também fonte para a sobrevivência de muitas famílias e ajuda no sustento e melhoramento das condições de vida dos indivíduos envolvidos.

4.1. Caracterização do Mercado Grossista do Zimpeto

O Mercado Grossista do Zimpeto ocupa uma localização estratégica na Cidade de Maputo, abrangendo uma área aproximada de 74.982,27 m². Sua posição favorável possibilita um acesso conveniente tanto para os vendedores quanto para os compradores que frequentam os locais. Desta forma, o mercado se destaca como um centro de actividade comercial dinâmica, desempenhando um papel fundamental na economia local.

Figura 1: Mapa de Localização do Mercado Anexo do Grossista do Zimpeto



Fonte. Google Earth (2023)

4.1.1. Relevância Económica do Mercado

A importância económica do Mercado Grossista do Zimpeto é indiscutível. Sua influência se estende não somente aos vendedores e compradores directamente envolvidos, mas também à economia da região como um todo. A variedade de produtos disponíveis para oferecer atraiu uma grande clientela, garantindo significativamente para a movimentação financeira e a geração de empregos.

4.1.2. Contexto de Operação e Surgimento do Mercado Anexo Grossista

O Mercado Grossista do Zimpeto anexo surgiu como uma resposta à crescente demanda por espaços de venda para vendedores informais vindos do Mercado Grossista. Com uma abordagem principal na venda por atacado de produtos agrícolas, o Mercado Grossista do Zimpeto lançou um desafio: acomodar uma grande quantidade de vendedores informais que operam na venda a varejo.

Neste contexto, o mercado anexo foi estabelecido, visando aliviar a superlotação de vendedores e fornecer oportunidades para os empreendedores informarem comercializarem seus produtos em um ambiente mais adequado. (Covane, 2023).

4.1.3. Infra-estrutura e Serviços Básicos

A infra-estrutura do Mercado Grossista do Zimpeto é caracterizada por uma diversidade de bancas e estandes, oferecendo um espaço funcional e atraente para os vendedores e compradores. A presença de serviços básicos, como energia eléctrica para iluminação e equipamentos, abastecimento de água para as necessidades cotidianas e sanitárias para vendedores e convidados, contribui para criar um ambiente adequado para as actividades comerciais.

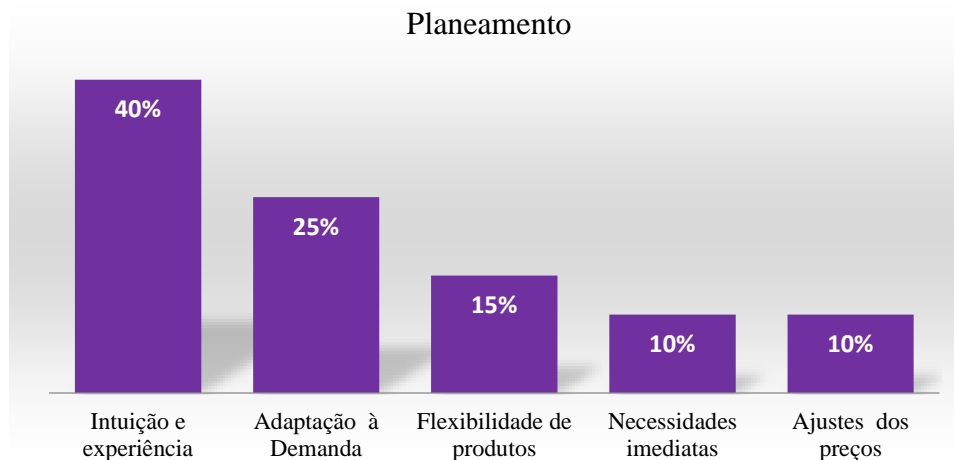
4.1.4. Diversidade de Produtos

O Mercado Grossista do Zimpeto é amplamente reconhecido pela sua notável diversidade de produtos, que abrange uma vasta gama de categorias, incluindo alimentos frescos, produtos agrícolas, têxteis, electrónicos, produtos de limpeza e electrodomésticos. Essa diversidade de produtos é um dos principais atractivos do mercado, atraindo uma clientela diversificada que busca variedade em suas compras.

4.1.5. Práticas de Gestão de Negócios no Mercado Grossista do Zimpeto

A avaliação das práticas de gestão de negócios no Mercado Grossista do Zimpeto é essencial para compreender como os comerciantes informais conduzem as suas actividades. Este estudo concentra-se em várias dimensões das práticas de gestão de negócios no mercado anexo grossista do Zimpeto, incluindo planeamento, organização, controle e direcção, conforme proposto por (Chiavenato, 2004). No mercado anexo grossista do Zimpeto verificam-se as seguintes práticas de planeamento conforme ilustrado no gráfico 1:

Gráfico 1: Práticas de Planeamento do Mercado Anexo do Grossista de Zimpeto



Fonte: Elaborada pela autora

No gráfico 1, observa-se que 40% dos vendedores faz o planeamento das suas vendas com base na intuição e experiência, muitos vendedores investem em sua intuição e experiência para planejar suas vendas, suas decisões são frequentemente baseadas em conhecimentos adquiridos ao longo dos anos, como saber quais produtos são mais procurados em determinadas épocas ou dias da semana. 25% planeia as suas vendas com base na adaptação à demanda.

Os vendedores frequentemente se adaptam à demanda percebida, segundo os mesmos, quando percebem que certos produtos têm mais aderência durante a época das festas do final de ano, podem ajustar suas mercadorias e estratégias de vendas para atender a demanda dessa época. 15% dos vendedores planeiam as suas vendas com base na flexibilidade de produtos, e muitos vendedores têm a flexibilidade de oferecer uma variedade de produtos, eles podem planejar as suas vendas com base em eventos locais, feriados ou simplesmente em sua percepção da demanda do dia.

Cerca de 10% dos vendedores fazem o planeamento dos preços através do ajuste de preços, estes são ajustados com base em vários factores como a concorrência local ou sua própria percepção da demanda. Segundo os vendedores entrevistados do mercado anexo, quando percebem que a concorrência está vendendo um produto semelhante a um preço mais baixo, ajustam-se os preços para permanecerem competitivos.

Constatou-se ainda que cerca de 10% dos vendedores planeia as suas vendas com base nas necessidades imediatas, alguns vendedores podem ter uma necessidade imediata de renda para cobrir despesas diárias, como alimentação ou transporte.

Muitos vendedores baseiam suas vendas naquilo que ganham nesse dia e se não tiver dinheiro de transporte para outro dia não podem ir fazer as vendas. Isso pode influenciar suas decisões de planeamento, levando-os a focar em vendas imediatas em vez de estratégias de longo prazo.

A análise dessas práticas de planeamento à luz da definição de (Chiavenato, 2004) sobre o planeamento é esclarecedora. (Chiavenato, 2004) afirma, ainda, que o planeamento envolve uma tomada de decisão sobre o que fazer antes que a acção seja necessária, com um aspecto formal que inclui a simulação do futuro desejado e o estabelecimento prévio dos cursos de acção necessários e dos meios adequados para atingir os objectivos.

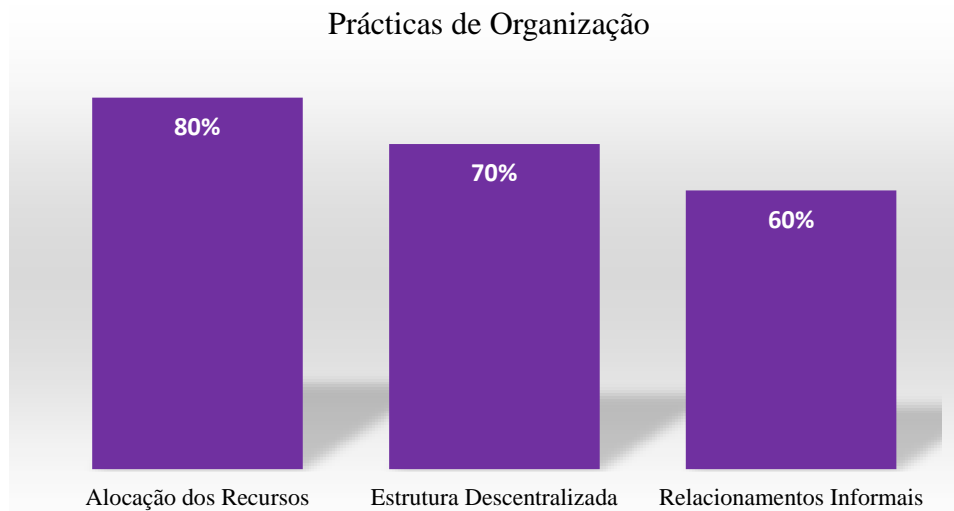
Portanto, embora as práticas de planeamento no Mercado Anexo do Grossista do Zimpeto possam parecer diferentes das abordagens formais, elas ainda reflectem ao que (Chiavenato, 2004), descreve como planeamento. Os vendedores informais, de facto, planeiam as suas vendas para atingir metas e objectivos, embora de maneira mais intuitiva, adaptável e empírica, dadas as nuances do ambiente em que operam para responder às necessidades imediatas do dia-a-dia.

Ademais, essas constatações corroboram com as conclusões do estudo feito por (Cupertino & Mendonça, 2012) quando concluem que o planeamento de pequenos empreendimentos ainda é pouco aplicado, promovendo dessa forma falhas no processo de gestão, dificuldades de acesso ao crédito, elaboração de estratégias de mercado e precoce mortalidade desses negócios.

i. Práticas de Organização

A gestão organizacional, segundo (Drucker, 1946), envolve uma estruturação eficaz dos recursos disponíveis para atingir os objectivos definidos. O Gráfico 2, mostra as práticas de organização no mercado anexo Grossista do Zimpeto, onde podemos ver na alocação de Recurso que 80% dos vendedores alocam recursos humanos (próprio trabalho) e materiais (produtos) para suas unidades de vendas, ou seja, cada vendedor é responsável pela organização do seu espaço de vendas e pela alocação de recursos disponíveis

Gráfico 2: Práticas de Organização do Mercado Anexo do Grossista de Zimpeto



Fonte: Elaborado pela Autora

Ademais, podemos observar que no gráfico que 70% dos vendedores usa uma estrutura descentralizada, ou seja, não há uma estrutura hierárquica formal com níveis claramente definidos. A estrutura é horizontal na qual os vendedores operam de maneira independente, tomando suas próprias decisões.

Esses resultados divergem com o pensamento de (Fayol, 1968) e de (Chiavenato, 2000), visto que os autores enfatizam uma estrutura hierárquica clara e destacam a importância da estrutura organizacional formal, ao passo que no Mercado Anexo do Grossista, a estrutura é fluida e descentralizada, e a organização é mais flexível e adaptativa.

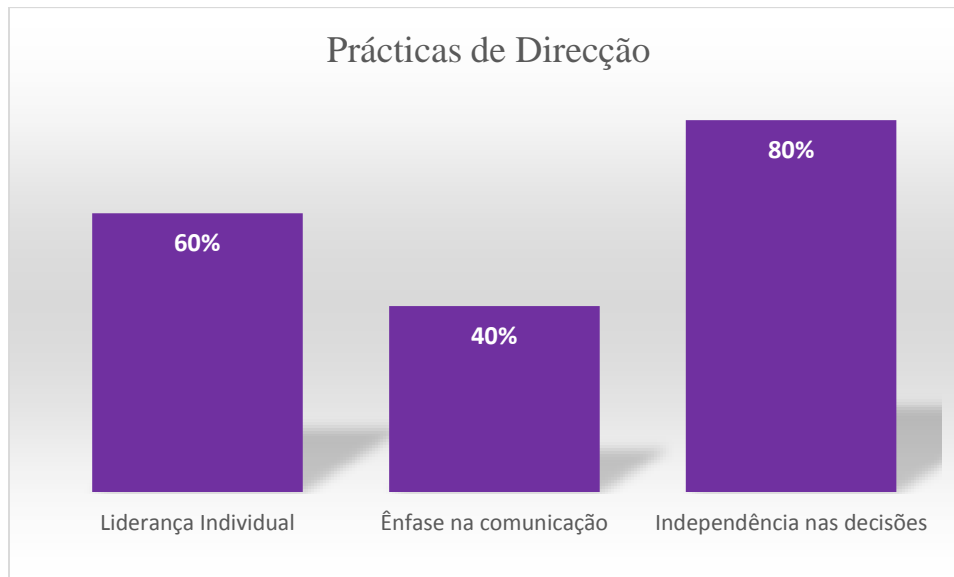
Observa-se ainda, no gráfico 2, que 60% dos vendedores usam relacionamento informal, ou seja, as relações entre vendedores são frequentemente praticadas em interações informais. Os vendedores podem compartilhar informações sobre produtos, estratégias de vendas e experiências de mercado de maneira mais casual e empírica.

ii. Práticas de Direcção

A direcção desempenha um papel crucial nas operações de negócios, influenciando o comportamento e a acção dos membros de uma organização para alcançar objectivos específicos.

No contexto do Mercado Anexo do Grossista de Zimpeto, observa-se uma série de práticas de direcção, como ilustrado no Gráfico 3 abaixo:

Gráfico 3: Práticas de Direcção



Fonte: Elaborado pela Autora

No Gráfico 3, podemos observar a distribuição das práticas de direcção adoptadas pelos vendedores informais neste mercado.

No que concerne à liderança, observa-se que a grande maioria dos vendedores (60%), adopta uma abordagem de liderança individual, na qual cada vendedor é responsável por liderar seu próprio negócio e atrair clientes de forma independente. Essa abordagem está alinhada com a visão de (Fayol, 1968) e (Chiavenato, 2000), que enfatizam a liderança como parte da função de direcção. Ambos reconhecem a importância do líder na tomada de decisões e na influência sobre os resultados.

No que tange à ênfase na comunicação, cerca de 40% dos vendedores no mercado enfatizam a importância da comunicação como uma ferramenta vital para atrair clientes e estabelecer relacionamentos comerciais.

Essa prática está alinhada com a ideia de (Chiavenato, 2000), segundo a qual a comunicação desempenha um papel fundamental na direcção eficaz. Ele confirma a importância da comunicação para influenciar o comportamento dos membros da equipa. No entanto, difere da perspectiva de

(Fayol, 1968), que enfatiza a cooperação das actividades e a liderança como parte central da direcção.

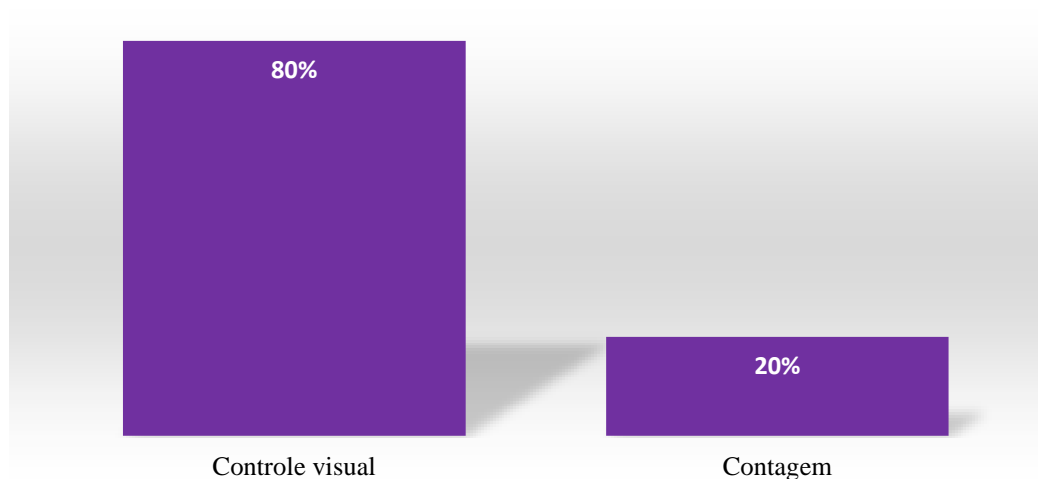
Em relação à independência nas decisões, a maioria dos vendedores, cerca de 80%, valoriza sua independência nas decisões de negócios, incluindo precificação, selecção de produtos e estratégias de vendas. Essa independência nas decisões se assemelha à ideia de (Fayol, 1968) de que os líderes tomam decisões que beneficiam a organização como um todo.

No entanto, difere da perspectiva de (Chiavenato, 2000), que destaca a importância de seguir directrizes e políticas organizacionais.

iii. Práticas de Controlo

A gestão eficaz nos negócios informais do Mercado Anexo do Grossista do Zimpeto é moldada por práticas de controlo que influenciam o desempenho e a capacidade de atingir metas específicas, destacando-se o controlo de estoque e o registo de vendas, conforme ilustrado nos gráficos abaixo.

Gráfico 4: Controlo de Estoque



Fonte: Elaborado pela Autora

Como podemos verificar no gráfico 4, 80% dos vendedores fazem o controlo visual de estoque destacando a importância da adaptabilidade dos vendedores, ajustando seus estoques conforme a demanda percebida. E cerca de 20% dos vendedores adoptam uma contagem física de

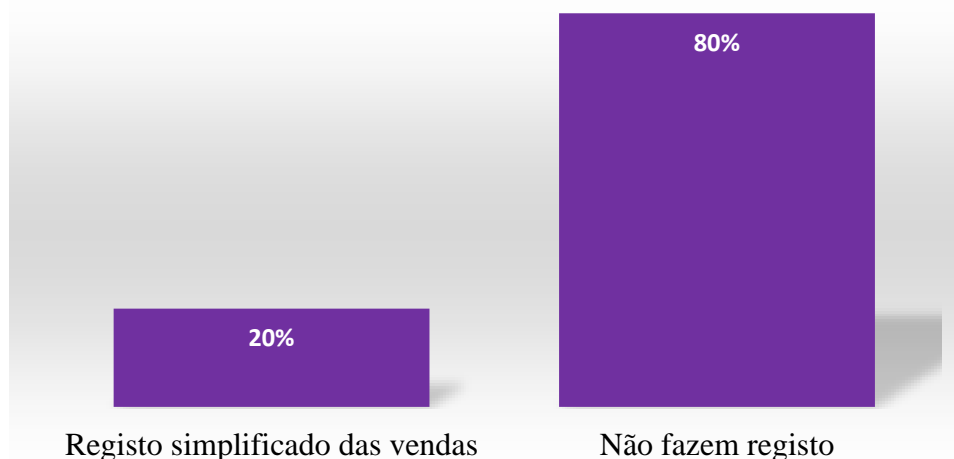
estoques contando produto por produto, destacando, desta forma, uma abordagem mais tradicional e rigorosa no controlo do estoque.

Essas práticas divergem com o que (Schermerhorn M. E., 2007) diz sobre o controle de Estoque ao dizer que a meta do controle de estoque é assegurar que um estoque seja do tamanho exacto para atender as necessidades da organização e minimizando os custos. Para o autor, o método de controlo de estoque usado é por quantidade económica de pedidos (QEP) e o sistema *Just –in-time* (JIT).

Segundo (Schermerhorn & Bachrach, 2014) o QEP envolve a compra de um número fixo de itens, todas as vezes que um nível de estoque desça a um determinado ponto. Quando esse ponto é atingido, uma decisão é tomada geralmente por computador para enviar um pedido padrão de reposição de estoque. Os tamanhos dos pedidos são calculados matematicamente para minimizar os custos de estoque.

O sistema JIT para o mesmo autor é uma importante ferramenta de produtividade, pois reduzem os custos e melhoram o fluxo de produção, agendando a chegada dos materiais na estação de trabalho “just in time” ou na hora exacta em que serão utilizados. Considerando que quase nenhum estoque é mantido.

Gráfico 5: Registo das Vendas



Fonte: Elaborado pela Autora

No registo das vendas, como pode-se verificar no gráfico 5, a maioria dos vendedores (80%) não mantém registos formais de vendas, confiando em métodos mais directos, como contabilizar o valor total das vendas sem registar e ter *feedback* dos clientes.

Essa prática corrobora com (Dubin & Guedes, 1998) ao dizer que um modo de classificar as técnicas de controlo é dividi-las em orçamentárias e não-orçamentárias, e classificá-las em dois tipos. Técnicas de controlo qualitativo e técnicas de controlo quantitativas. Técnicas de controlo qualitativas são métodos baseados no julgamento humano a respeito da performance, e resulta em uma avaliação mais verbal do que numérica. Podemos observar que a maioria dos vendedores no Mercado Anexo do Grossista do Zimpeto adopta as técnicas de controlo qualitativas.

Pode-se verificar também que 20% dos vendedores realiza registos simplificados de vendas por meio de anotações diárias ou semanais. Essa prática, embora menos utilizada, corrobora com a tese de (Dubin & Guedes, 1998) sobre as Técnicas de controlo quantitativas, para o autor as técnicas de controlo quantitativas ou orçamentárias são métodos baseados em medidas numéricas da performance para alocação de recursos.

O orçamento geralmente envolve saídas e entradas de dinheiro. O mesmo autor faz menção sobre a importância do controlo orçamentário pois ele permite controlar a quantidade de dinheiro que é gasto em comparação com quanto está disponível

CAPÍTULO V

CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

5.1. Conclusão

Diante dessas práticas observadas, conclui-se que os vendedores do Mercado Anexo Grossista do Zimpeto empregam práticas de gestão de forma adaptativas e empíricas, e tais práticas são influenciadas pelos factores educacionais e a habilidade única de se ajustar a ambientes dinâmicos do mercado.

Os objectivos específicos foram atendidos, fornecendo uma visão detalhada das práticas de planeamento, organização, direcção e controlo. O estudo revela que não há uma abordagem única ou padronizada na gestão desses negócios. Cada vendedor adapta suas estratégias com base na intuição, experiência e demandas percebidas do mercado.

A ausência de uma norma uniforme destaca a natureza adaptativa e flexível dessas práticas, onde a autonomia individual prevalece, permitindo respostas únicas às nuances do ambiente dinâmico.

Sobre os impactos das práticas de gestão de negócio na vida dos vendedores, o estudo aferiu que os praticantes do negócio informal, tem tido ganhos com o desenvolvimento das suas práticas, contribuído para o sustento de suas famílias.

Essa diversidade não apenas ilustra, como também mostra a complexidade das práticas de gestão neste contexto específico. O estudo mostra, ainda, como forma de controlo das vendas que a maioria dos vendedores, cerca de 80%, confia em métodos mais directos, como contabilizar o valor total das vendas em vez de registar. Essa abordagem prática pode ser vista como uma resposta à natureza fluida e imprevisível do mercado.

Este estudo fornece *insights* relevantes para pesquisadores específicos na dinâmica dos negócios informais. Destacando a importância das práticas de gestão de negócios no sector informal e na possível elaboração de estratégias para a possibilidade de transformação desse sector para o formal ao trazer informações cruciais do impacto que este sector tem nos negócios e na vida das pessoas.

5.2.Sugestões

Com base nas conclusões acima, sugere-se:

1. Fortalecimento da Capacidade Empreendedora

Implementar programas de capacitação e formação para melhorar habilidades em planeamento, organização, direcção e controlo como workshops, seminários e disseminação de materiais educativos.

2. Promoção de Redes Colaborativas

Incentivar redes colaborativas para partilha de experiências e estratégias. Criar uma comunidade coesa para fortalecer a resiliência dos comerciantes.

3. Promover uma melhor organização do mercado

Colaborar com as autoridades locais para a manutenção adequada e melhoria da infraestrutura do mercado, garantir serviços básicos como água e electricidade e higiene para promover um ambiente propício para os negócios.

Essas sugestões visam promover uma cultura de gestão mais robusta e sustentável entre os comerciantes informais no Mercado Anexo Grossista do Zimpeto. O apoio integrado nessas áreas pode contribuir significativamente para o fortalecimento do sector informal, uma possível formalização deste sector e o aumento do bem-estar dos vendedores envolvidos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ardeni, P. G. (2001). *A Economia Informal em Moçambique: Um Estudo Introdutivo, basata sui dati dell'indagine sullo standard di vita delle famiglie (INE 96/97) con il supporto della World Bank e dell'International Food Policy Research Institute (IFPRI)*. Maputo.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Becker, G. (196*4). Human Capital A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. *THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS*.
- Chiavenato, I. (2000). *Recursos humanos na empresa*. São Paulo: Atlas.
- Chiavenato, I. (2004). *Introdução a teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração moderna*. Rio de Janeiro: Campus.
- Chichava, J. (1998). *O Sector Informal e as Economias Locais: Programa de Reforma dos Órgãos Locais*. Maputo.
- Chivangue, A. A. (2012). *Mukhero em Moçambique: Análise das Lógicas e práticas do comércio informal*. Portugal-Lisboa: Universidade Tecnica de Lisboa.
- Covane, M. (15 de Julho de 2023). Mercado Anexo de Zimpeto. (Learner, Entrevistador)
- Cruz, T., & Silva. (2005). *A organização dos trabalhadores do sector informal dos mercados de Maputo e sua acção na promoção de melhores condições de vida e de trabalho. O papel da Associação dos Operadores e Trabalhadores do Sector Informal - ASSOTSi*. Genebra: Cruz, T. e Silva (2005). A organização dos trabalhadores do sector informal dos mercados de Maputo e sua acção na promoção dBureau Internacional do Trabalho.
- Cupertino, M. P., & Mendonça, J. (2012). *Empreendedorismo: Planejamento de Negócios Formais no Mercado Informal*. IX SIGeT.
- Diário-Económico. (10 de Setembro de 2021). *Diario Economico*. Obtido de <https://www.diarioeconomico.co.mz/2022/03/25/negocios/comercio-informal-caoa-prejuizo-de-97-milhoes-em-mocambique/>
- Drucker, P. (1946). *Concept of the corporation*. Routledge.
- Dubin, A. J., & Guedes. (1998). *Princípios de Administração*. 4ª Edição.
- Fayol, H. (1968). *General and Industrial Management*. Revenio Books.
- Gil, A. C. (2007). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- INE, I. N. (2022). *Inquérito ao Sector Informal - INFOR 2021, Moçambique - Relatório Final*. Maputo.

- Jairoce, J. F. (2016). *A mulher e o comércio informal transfronteiriço vulgo “mukhero” no sul de Moçambique: Casos das fronteiras de Namaacha e Ressano Garcia, 1984 - 2016*. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- João, E. N. (1998). *Economia informal: definições operacionais, características gerais, metodologias de pesquisa e importância no âmbito das contas nacionais. ênfase para os casos de Moçambique e de África*. Maputo: INE.
- Kauarak, F., Manhães, F. C., & Medeiros, C. H. (2010). *Metodologia da pesquisa: guia prático*. . Itabuna. : Ed. Via Litterarum.
- Lima, F. (2017). *COMÉRCIO INFORMAL: um estudo sobre possíveis contribuições na Economia e na Renda Familiar*. Maputo.
- Lopes, C. M. (1999). *O Sector Informal e o Desenvolvimento: Estudo de caso em Luanda. Comunicação Apresentada ao II Congresso de Estudos Africanos En El Mundo Ibérico*. Madrid: África Hacia El Siglo XXI.
- Maluleque, B. E. (2018). O papel do comércio informal no desenvolvimento local. *One World University*.
- Maposse, A. H. (15 de Novembro de 2011). O papel do comércio informal na ocupação da força de trabalho em Moçambique. Maputo.
- Mosca, J. (2018). Pobreza, economia “informal”, informalidades e desenvolvimento. Em IESE, Pobreza, Desigualdade e Vulnerabilidade em Moçambique . 83-98.
- Muendane, C. (2000). *Sector informal em Moçambique: Estimativas básicas e metodologia de medição nas contas nacionais*. Maputo: Trabalho de Licenciatura em Economia-UEM.
- Mutheto, E. F. (2011). *O impacto socioeconómico do comércio informal transfronteiriço, vulgo “mukhero” na Cidade de Maputo: o caso do Mercado Grossista de Zimpeto, 1997 – 2010*. Maputo: Universidade Pedagógica.
- Nazaré, D. (2006). *Mercado informal em Angola*. . Associação Académica - África Debate.
- Netto, D., & Gonçalves, P. R. (2020). *Gestão de Negócios das Micro e Pequenas Empresas: Planeamento e Controle Financeiro*. Departamento de Ciências Contábeis - Faculdades Integradas de Ourinhos – FIO/FEMM.
- Njauala, C. J. (2005). *Evolução do Comércio Informal na Cidade de Maputo (o caso do Mercado do Museu)*. Maputo.
- OIT. (1991). The Dilemma of the Informal Sector, Report of the Director-General. *International Labour Conference*. Geneva: 78th Session.
- OIT. (2016). Organizar os trabalhadores da economia informal. Genebra.
- OIT. (2023 de Julho de 2020). *Economia informar*. Obtido de OIT: https://www.ilo.org/lisbon/temas/WCMS_650801/lang--pt/index.htm

- Peters, M., & Buhalis, D. (2007). *Family hotel businesses: strategic planning and the need for education and training*. Education+Training.
- Pozo, J. I., & Crespo, M. Á. (1998). *A Solução de Problemas em Ciências da Natureza*. Porto Alegre: Artmed.
- Prodanov, C. C., & De Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Académico*. Associação Pró-Ensino Superior em Novo.
- Queiroz, F. (2020). *O Sector informal e o Desenvolvimento*. Maputo.
- Rai, D. (2021). *Application of Management Accounting in Informal Sector Businesses in Janakpurdham Sub - Metropolitan City*. . International Journal of Science and Research (IJSR) ISSN: 2319-7064 SJIF (2019): 7.583. .
- Ramos, S., & Naranjo, E. (2014). *Metodologia de Investigação Científica*. Luanda: Escolar Editora.
- Sá, E. (2017). *Princípios da Gestão de Negócios. Informática Aplicada: ADMI301*. Universidade Virtual Africana.
- Santos, F. d. (1992). *Empresa aberta: uma abordagem liberal*. Porto Alegre: Ed. da UFRGS,.
- Schermerhorn, J. J., & Bachrach, D. (2014). *Exploring management*. John Wiley & Sons.
- Schermerhorn, M. E. (2007). *Managment*. Union task: 8th ed.
- Schultz, G. (2016). *Introdução à gestão de organizações*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Selltiz, C. (1967). *Métodos de pesquisa nas relações sociais*. São Paulo: Herder.
- Silva, J. S. (2021). *As práticas de gestão nos negócios informais de confecções em Caruaru-PE*. Bachelor's thesis.
- Silva, J. S. (2021). *As práticas de gestão nos negócios informais de confecções em Caruaru-PE*. Caruaru.
- Soares, J. (2022). *RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA INTERNA: PERCEÇÃO DOS COLABORADORES DE UMA SEGURADORA. MESTRADO EM GESTÃO E ESTRATÉGIA INDÚSTRIAL*. . Lisbon School of Economics & Manegment.
- Sousa, M., & Baptista, C. (2011). *Como Fazer Investigação, Dissertações, Teses e Relatórios*. Lisboa: Pactor.
- Tafula, R. (2023). *Estratégias de Negócio Informal no Mercado Malanga*. Maputo.
- Taylor, F. W. (1911). *The principles of Scientific Management, History of Economic Thought Books*. McMaster University Archive for the History of Economic Thought.
- WEO. (10 de Setembro de 2022). Obtido de <https://www.worldeconomics.com/National-Statistics/Informal-Economy/Mozambique.aspx>

APÊNDICES

UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE
Faculdade de Economia

GUIÃO DE ENTREVISTA

O presente guião de entrevista serve como instrumento de colecta de dados para a conclusão do curso de licenciatura em Gestão de Negócios, com o tema: **Práticas de Gestão de Negócios no Sector Informal: caso do Mercado Anexo do Grossista de Zimpeto (2022 - 2023)**.

NB: Importa referir que toda a informação fornecida será de carácter confidencial, não será utilizada para outros fins que não sejam académicos.

1. Há quanto tempo está a vender aqui no mercado?

2. Como você costuma planejar suas vendas?

3. Quais factores ou experiências influenciam suas decisões de planeamento?

4. Práticas de Organização:

4.1 Como você organiza seu espaço de vendas e aloca recursos, como seu próprio trabalho e produtos?

4.2 Existe alguma estrutura organizacional formal em seu negócio?

5. Práticas de Direcção:

5.1 Como você lidera seu negócio?

5.2 Existe uma abordagem mais independente ou alguma colaboração com outros vendedores?

5.3 Como você enfatiza a comunicação para atrair clientes?

6. Práticas de Controlo:

6.1 Como você realiza o controlo de estoque?

6.2 E em relação ao registo de vendas, como faz?

ANEXO



MUNICÍPIO DE MAPUTO

CONSELHO MUNICIPAL
PELOURO DE DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO LOCAL

DIRECÇÃO MUNICIPAL DE MERCADOS E FEIRAS

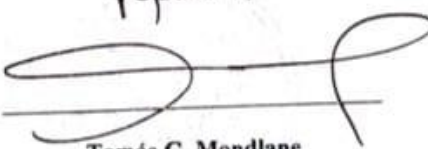
Credencial n.º 12/2023

Está devidamente credenciado a Sra. LEARNER SUE DAMWO, estudante do curso de Licenciatura em Gestão de Negócios, na Faculdade de Economia, da Universidade Eduardo Mondlane, para efeitos de recolha de dados no Mercado Anexo do Grossista do Zimpeto, no âmbito do seu trabalho de pesquisa subordinado ao tema: "Práticas de Gestão de Negócios no sector Informal: Caso do Mercado Anexo do Grossista do Zimpeto".

Para a materialização desta actividade, solicita-se a colaboração dos funcionários, sem prejuízo do seu normal funcionamento do Mercado.

Maputo, aos 16 de Fevereiro de 2023


Director,


Tomás G. Mondlane
/Tec. Superior NII

FMDF-RM

A Nossa Visão: - Maputo, Cidade Próspera, Bela, Limpa, Segura e Solidária.
Direcção Municipal de Mercados e Feiras, Avenida Karl Max n.º 173, Telefone n.º 21307543. MAPUTO - MOÇAMBIQUE