

Mercados, Beira (Moçambique)

2020/21



A Ficha Informativa da Pesquisa COVID-19 sobre Comerciantes (VSF), desenvolvida pela Aliança Global para Nutrição Melhorada (GAIN) destaca os comportamentos, percepções e decisões dos comerciantes no contexto de três mercados formais da Beira, Moçambique. A VSF disponibiliza uma imagem dos desafios e necessidades enfrentadas pelos comerciantes nas suas opções comerciais e de segurança alimentar perante a COVID-19.

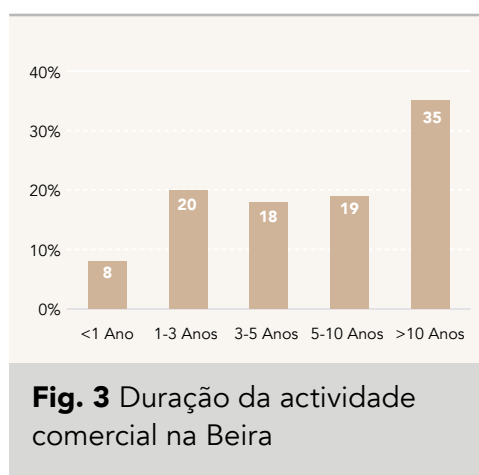
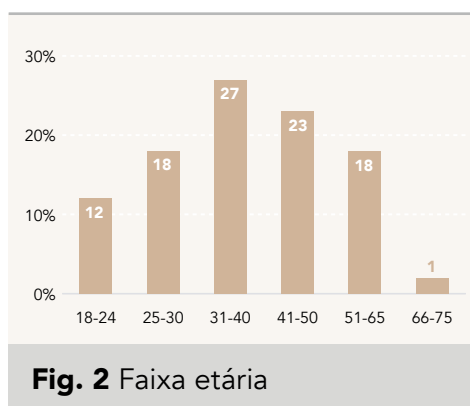
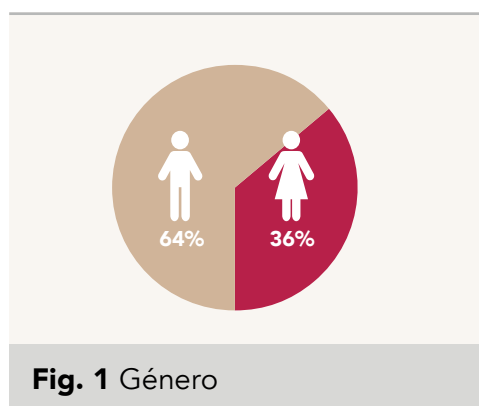
A análise foi feita com base em entrevistas presenciais com comerciantes (n=100) seleccionados de forma não probabilística em três mercados tradicionais da Beira, realizadas em Fevereiro de 2021.

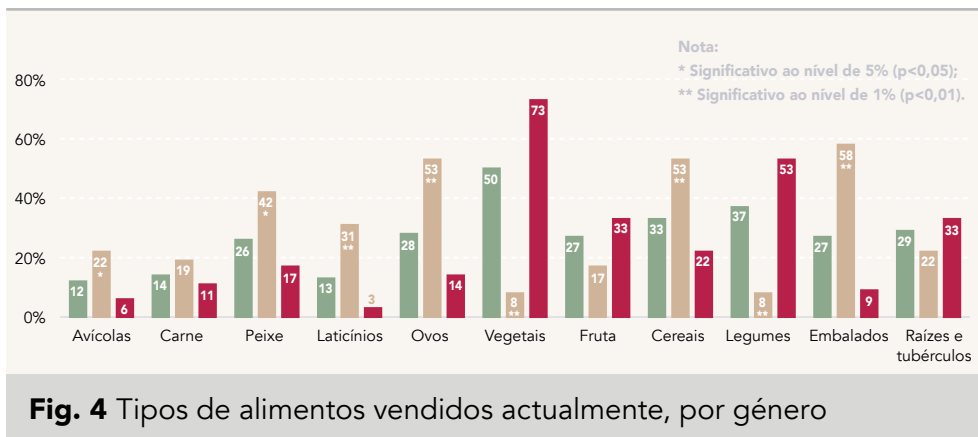
Resumo:

- 73% das comerciantes vendem vegetais; os produtos alimentares vendidos por comerciantes mulheres e comerciantes homens são significativamente diferentes;
- 58% dos comerciantes homens vendem alimentos embalados (farinha de milho pré-embalada, frutos de casca rija ou feijões).
- 98% dos comerciantes assistiram a mudanças no mercado devido à COVID-19; para a maior parte dos comerciantes, o uso obrigatório de máscara de protecção, tanto para comerciantes como consumidores, bem como a instalação de estações de lavagem e desinfectação de mãos são mudanças muito úteis.
- Além das medidas já em vigor, 79% dos comerciantes solicitaram instalação (adicional) de estações de lavagem de mãos e o reforço da lei do uso obrigatório de máscara de protecção para consumidores e comerciantes.
- 98% dos comerciantes tomaram as suas próprias medidas (tais como o uso de máscara de protecção, o uso de anti-séptico de mãos, uma limpeza mais frequente das superfícies, lembrar os clientes do distanciamento social) devido à COVID-19.
- 10% dos comerciantes alteraram a gama de produtos vendidos durante a COVID-19 devido à oferta reduzida e a sazonalidade dos mesmos.
- 77% dos comerciantes declararam que houve alteração do número de clientes (diminuição substancial e ligeira) durante a pandemia.
- 21% dos comerciantes recorreram a estratégias de marketing (descontos adicionais, crédito, publicidade) para aumentar o número de clientes ou vendas durante a COVID-19.
- 46% dos comerciantes relataram uma mudança nos fornecedores (aumento dos preços dos fornecedores, os fornecedores alteraram a política de crédito) desde a chegada da COVID-19 à região.

Comerciantes inquiridos (n=100)

- 64% dos comerciantes entrevistados foram mulheres (Fig. 1).
- O perfil etário dos comerciantes foi muito variado (Fig. 2).
- 33% dos comerciantes identificaram-se como senas; 30% como ndaus; 11% como chuabos; 8% como matswas; e os restantes como outros.
- 84% dos comerciantes eram donos dos próprios negócios; a percentagem de comerciantes homens empregados por familiares ($p < 0,01$) ou empresários externos ($p < 0,05$) foi significativamente mais alta do que a de comerciantes mulheres.
- O tempo de duração da actividade comercial na Beira variou; 35% eram comerciantes há mais de 10 anos (Fig. 3). O número de comerciantes homens em actividade a menos de um ano, na Beira foi significativamente mais alto ($p < 0,01$).
- O tipo de alimentos vendidos varia significativamente entre comerciantes mulheres e comerciantes homens (Fig. 4). Uma percentagem significativamente mais alta de comerciantes homens vendia alimentos embalados, incluindo farinha de milho pré-embalada, frutos de casca rija ou feijões (58%), cereais (53%), ovos (53%), peixe (42%), lacticínios (31%) e produtos avícolas (22%). A percentagem de comerciantes homens foi significativamente mais baixa para vegetais frescos e legumes ($p < 0,01$) os quais são vendidos maioritariamente por comerciantes mulheres (vegetais 73%, legumes 53%).



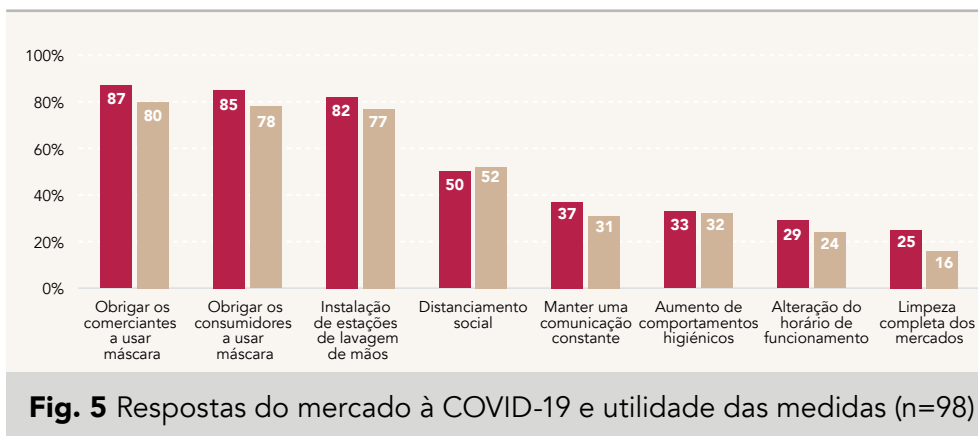


■ Total da Beira (n=100) ■ Homens (n=36) ■ Mulheres (n=64)

Resposta do mercado à COVID-19

Quase todos os comerciantes (98%) observaram mudanças no mercado devido à COVID-19. A maioria dos comerciantes (87%) que notou mudanças mencionou a lei do uso obrigatório de máscara de protecção para todos os comerciantes e consumidores (85%), a instalação de estações de lavagem e desinfecção de mãos no mercado (82%), e a lei do distanciamento social (50%). As mesmas medidas foram reconhecidas pelos comerciantes como úteis na redução do risco de contrair COVID-19 (Fig. 5).

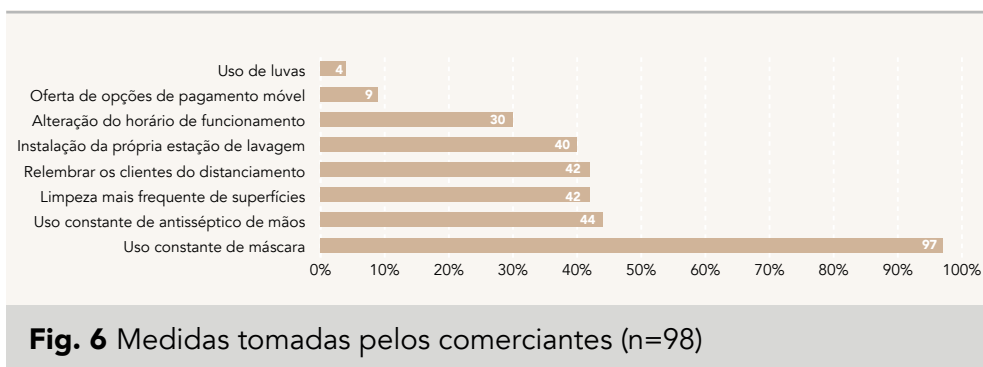
Além das medidas já em vigor, 79% dos comerciantes afirmaram que se deveria proceder à instalação (adicional) de estações de lavagem desinfecção de mãos, e que a lei do uso obrigatório de máscara de protecção deveria ser reforçada.



■ Obrigar os comerciantes a usar máscara ■ Utilidade das medidas

Conhecimento e divulgação das medidas de protecção contra a COVID-19

Quase todos os comerciantes (98%) tomaram medidas para reduzir o risco de espalhar a COVID-19. Embora 97% dos comerciantes tenham afirmado que usam sempre máscara, 44% dos comerciantes usaram sempre anti-séptico de mãos, 42% reforçaram a limpeza de superfícies e lembraram os clientes do distanciamento social, 40% instalaram as suas próprias estações de lavagem de mãos e 30% alteraram o horário de funcionamento (Fig. 6).



Impactos da COVID-19

Apenas 10% dos comerciantes alteraram o tipo de produtos ou o tipo de alimentos vendidos durante a COVID-19, nos 6 meses anteriores à pesquisa. Desses comerciantes que fizeram alterações, a maioria referiu uma ligeira redução da fruta, laticínios, vegetais, peixe e outros. No entanto, alguns comerciantes também referiram um aumento dos cereais e do peixe (Fig. 7). Os motivos para a alteração dos produtos alimentares vendidos incluíram a diminuição da oferta (50%) e mudanças sazonais (30%).

Além das alterações dos produtos vendidos, um número considerável de comerciantes (77%) clientes num dia normal mudou devido à COVID-19. A maior parte dos comerciantes que referiu uma mudança no número de clientes declarou uma descida substancial (49%) ou ligeira (40%) do número de clientes (Fig. 8).

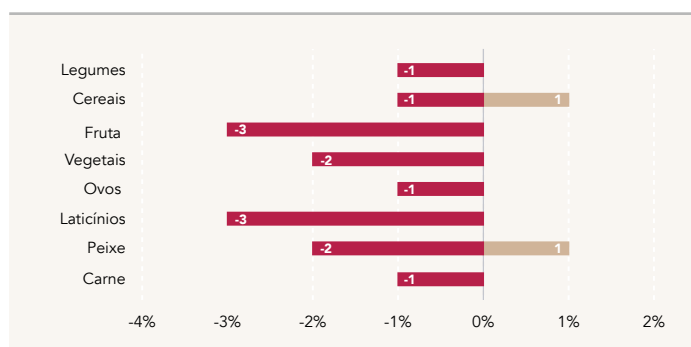


Fig. 7 Percentagem das mudanças dos comerciantes aos produtos alimentares vendidos durante a COVID-19, últimos 6 meses

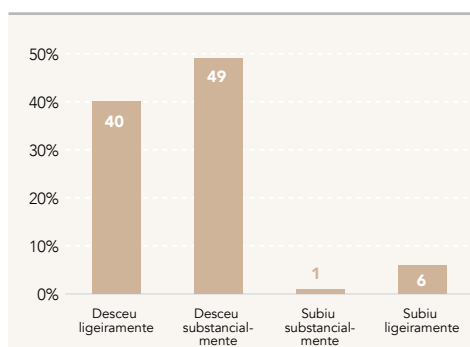


Fig. 8 Alterações no número de clientes durante a COVID-19 (n=77)

Estratégias de negócio e conectividade dos comerciantes

Cerca de um quarto (21%) dos comerciantes inquiridos recorreu a estratégias de marketing para aumentar o número de clientes ou vendas durante a COVID-19. A maior parte dos que recorreram a estratégias de marketing ofereceu descontos adicionais (62%) ou crédito (24%), recorreu a publicidade, como panfletos, anúncios de rádio ou TV (10%), ou serviços adicionais (10%) (Fig. 9).

Dos comerciantes inquiridos, 46% relataram uma mudança nos fornecedores desde a chegada da COVID-19 à região. Quase todos (91%) os comerciantes que constataram uma mudança referem um aumento dos preços dos fornecedores e da sua política de crédito (91%), que os fornecedores se atrasaram na entrega dos produtos (11%); e 7% dos comerciantes relataram ainda que os fornecedores interromperam as entregas (Fig. 10). A alteração da oferta dos fornecedores devido a mudanças na procura foi mencionada por 13% dos comerciantes, os quais eram todos mulheres.

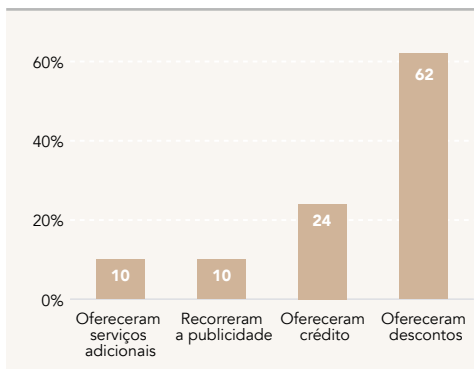


Fig. 9 Tipo de estratégias de marketing utilizadas (n=21)

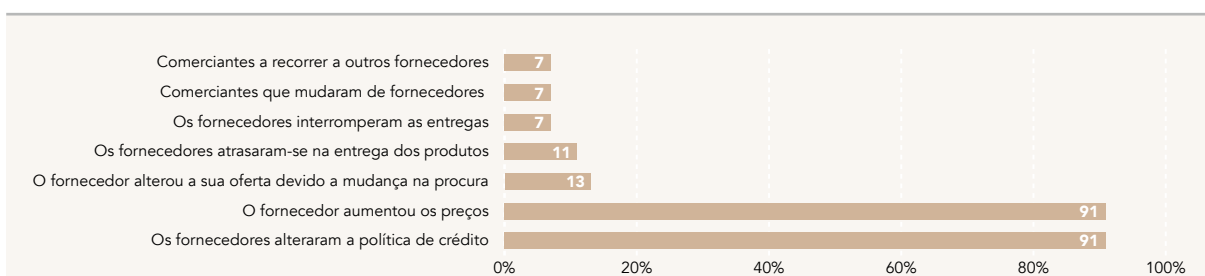


Fig. 10 Mudança nos fornecedores devido à COVID-19 (n=46)

Métodos: Análise dos comportamentos, percepções e decisões dos comerciantes durante a COVID-19

As informações acerca dos comportamentos, percepções e decisões dos comerciantes durante a COVID-19, baseiam-se em entrevistas com 100 comerciantes do Mercado Antunes (n=35), do Mercado da Mobeira (n=33) e do Mercado de Maquinino (n=32), da Beira, Moçambique. Foram utilizadas técnicas de amostragem não probabilística para seleccionar comerciantes que vendem diferentes produtos alimentares em diferentes zonas do mercado, com diferentes perfis etários e de género, de três mercados da Beira. As entrevistas decorreram entre 15 e 16 de Fevereiro de 2021, com base num questionário estruturado. A ferramenta de entrevista foi previamente traduzida para português e testada em campo. As pesquisas são efectuadas respeitando totalmente as directrizes gerais para a prevenção e controlo da COVID-19. Todos os dados foram recolhidos com o Open Data Kit e armazenadas no KoBo Toolbox; a análise dos dados e as diferenças de género entre os comerciantes através de testes de proporção foram realizados com o Stata version 15.1.

Resposta da Aliança Global para Nutrição Melhorada (GAIN) à COVID-19

O confinamento e o recolher obrigatório impostos pela COVID-19 evidenciaram as fragilidades dos sistemas alimentares em todo o mundo, a coisa mais importante que se pode fazer pela saúde e resiliência das pessoas e economias é zelar pelo equilíbrio nutricional das gerações actuais e futuras. A GAIN desenvolveu o programa *Keeping Food Markets Working (KFMW)* [Manter os Mercados Alimentares a Funcionar] como resposta de emergência à crise da COVID-19, prestando apoio aos trabalhadores do sistema alimentar, a pequenas e médias empresas, fornecendo alimentos nutritivos e mantendo os mercados de alimentos frescos abertos. Embora as respostas de controlo de doenças à pandemia sejam essenciais, também prejudicam os sistemas alimentares, baixamos rendimentos, e condicionam os programas de protecção social, o que pode constituir uma ameaça ao equilíbrio nutricional dos mais

vulneráveis. O programa KFMW foca-se em mitigar esses riscos e em manter a circulação de alimentos nutritivos nos mercados africanos e asiáticos, a um preço acessível às pessoas que mais necessitam.

Apoiar a definição de políticas eficazes, assim como uma coordenação eficaz durante a pandemia é uma das várias iniciativas ao abrigo do programa KFMW. Esta iniciativa foca-se em 6 cidades de 3 países, i.e., **Beira e Pemba (Moçambique); Machakos e Kiambu (Quénia); Rawalpindi e Peshawar (Paquistão)**, a fim de melhorar a compreensão das experiências do sistema alimentar urbano, no contexto específico de cada cidade, durante a pandemia – sobretudo em relação aos mercados alimentares tradicionais, que oferecem, aos mais vulneráveis, um acesso essencial a alimentos. Juntamente com entrevistas a informantes chave e grupos focais, envolvendo uma série de partes interessadas do sistema alimentar urbano, incluindo comités do mercado e decisores políticos do governo municipal; bem como imagens de satélite e estudos de gabinete, esta pesquisa de comerciantes permite melhorar a informação e alinhar a política do sistema alimentar urbano e a coordenação. Essencialmente, os dados expõem as realidades quotidianas do sistema alimentar, vividas e praticadas pelos residentes dos centros urbanos.

Para mais informações por favor, consulte nossas outras fichas informativas sobre resultados da pesquisa qualitativa desta avaliação rápida e futuros pacotes co-elaborados.

- gainhealth.org/impact/our-response-covid-19#keeping-food-markets-working-programme
- gainhealth.org/impact/our-response-covid-19/effective-policymaking-and-coordination-during-pandemic

Citação sugerida: Aliança Global para Nutrição Melhorada. 2021. Ficha Informativa da Pesquisa COVID-19 sobre Comerciantes. Beira, Moçambique. Junho de 2021.

Esta publicação foi produzida pela Aliança Global para Nutrição Melhorada, com financiamento do Ministério dos Negócios Estrangeiros dos Países Baixos, do Departamento dos Negócios Estrangeiros do Comércio e Desenvolvimento do Canadá, e da Cooperação Irlandesa. As perspectivas expressas neste documento são da responsabilidade da GAIN e não reflectem necessariamente as perspectivas das organizações de apoio.

Contacto

GAIN

Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN)

Rua 1.393, N. 104, Bairro da Sommerschild, Maputo, Mozambique

T: +258 823 128 195

E: info@gainhealth.org

© 2021 The Global Alliance for Improved Nutrition

www.gainhealth.org

