

NÍRIA JOAQUINA DE ALMEIDA FRANCISCO

**A GESTÃO DE SOBREVIVÊNCIA NO MERCADO
INFORMAL DE SÃO PAULO EM LUANDA: O CASO
DAS ZUNGUEIRAS**

Orientador: Professor Doutor António Costa

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Escola de Ciências Económicas e das Organizações

Lisboa

2019

NÍRIA JOAQUINA DE ALMEIDA FRANCISCO

**A GESTÃO DE SOBREVIVÊNCIA NO MERCADO
INFORMAL DE SÃO PAULO EM LUANDA: O CASO
DAS ZUNGUEIRAS**

Dissertação defendida em provas públicas para a obtenção do grau de Mestre em Gestão de Empresas, no Curso de Mestrado em Gestão de Empresas, conferido pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, com o Despacho Reitoral nº 223/2019 com a seguinte composição de Júri:

Presidente: Professora Doutora Ana Cristina Freitas Brasão

Areguente: Professora Doutora Maria Helena Gonçalves Martins

Orientador: Professor Doutor António Costa

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Escola de Ciências Económicas e das Organizações

Lisboa

2019

Epigrafe

“Talvez não tenha conseguido fazer o melhor, mas lutei para que o melhor fosse feito. Não sou o que deveria ser, mas Graças a Deus, não sou o que era antes”.

Martin Luther King

Dedicatória

Os meus pés descalços

A zungueira	A lombriga na barriga róí, a lombriga pede	Tem dois dias o miúdo não come
O miúdo nas costas, faminto O sol queimando	O miúdo nas costas, faminto de alimento. Chora e berra	A lombriga na barriga precisa alimento!
O sol assando	Não é birra. É a fome que aperta, é a fome da sede!	O fiscal, também faminto
O miúdo nas costas, faminto de alimento	A zungueira zunga, apressada	Arreia o lucro da zungueira cansada
As moscas acariciando-o	E arreia o negócio, arreia o preço:	E desesperada arreia o lucro, senão a zungueira vai presa
E o lixo distraíndo-o!	Arreou, arreou, arreou no chouriço...	Senão a zungueira não volta a casa
A zungueira zunga, cansada	A zungueira zunga empoeirada	E a zungueira cede, com medo no pensamento
Na cabeça, o negócio e o sustento	E arreia o preço do negócio	Depois a zungueira chega a casa. De bolsos vazios, mas alívio no coração
E nos pés empoeirados	Arreia o preço da mercadoria, coisas do ofício	E grata, afinal não foi presa
O cansaço dos quilómetros galgados	Depois, a viatura da fiscalização	Afinal não foi à prisão
O cansaço da distância percorrida	Os travões cham, as marcas dos pneus no asfalto	A zungueira chega a casa, o miúdo faminto
A zungueira zunga, o miúdo nas costas faminto!	E os homens arrogantes a perseguirem	O miúdo sedento de alimento
A zungueira zunga, cansada	E a baterem	Mas amanhã, a zungueira voltará a berrar
E vai gritando e berrando a plenos pulmões:	E a zungueira a fugir, e o negócio e o sustento caídos, espalhados no chão!	Amanhã a zungueira voltará a arrear: Arreou, arreou, arreou em qualquer coisa...
Arreou, arreou, arreou nos limões...		
A zungueira zunga,	Depois vem o fiscal, também faminto, “Você tem autorização?	
Empoeirada	Acompanha, isso é transgressão!”	
E arreia o negócio, arreia o preço e faz desconto	A zungueira implora e mostra a fome:	
Arreia o preço do sustento		

MATEUS (2006)

Dedico este trabalho a todas mulheres Zungueiras que todos dias zungam nas ruas e nos mercados.

Agradecimentos

Cada dia que levantamos é uma dádiva de Deus, e é nos dada uma nova oportunidade de transformarmos sonhos em realidade.

Dizer “obrigada” as vezes não é suficiente para agradecer às pessoas, que nos momentos mais difíceis das nossas vidas, se fazem presentes e nos estendem a mão.

Os meus agradecimentos são direcionados a muitos que me ajudaram de diversas formas, porque sozinha eu não teria conseguido chegar até aqui.

Ao meu Deus senhor Jeová, agradeço pela sua presença na minha vida, porque isto me motiva em tudo que faço e faz de mim alguém melhor.

Aos meus tios Hermenegildo e Joana Baião nunca vou conseguir expressar, num pequeno texto como este, o sentimento de eterna gratidão, porque sem o vosso apoio nada disto seria possível, que Deus esteja sempre presente em vós e vos abençoe sempre.

Ao meu filho Kiame, tão pequeno, deixo as minhas desculpas pelas ausências. Prometo compensar te, porque tudo que faço nessa vida faço por ti.

Agradeço ao meu orientador, o Professor António Costa, por aceitar trabalhar comigo neste projeto, desde a delimitação do tema até à sua finalização. Obrigada por todo o saber que me transmitiu, neste percurso académico.

Não poderia esquecer, o trabalho de campo, por isso deixo, também aqui, o meu agradecimento ao meu amigo Wilson, foste o meu braço direito, o meu suporte, sem o teu apoio as entrevistas e as fotos não teriam sido possíveis.

As minhas colegas de mestrado, Stephania Ribeiro e Ana Cassoma, com quem troquei impressões, que foram muito úteis, afinal estávamos no mesmo barco, mas conseguimos.

De uma forma especial, agradeço à minha conselheira Cristina, pelo suporte emocional, pelos incentivos e ralhetes, mas que de forma muito profissional, acabaram por fazer toda a diferença.

Aos meus pais, Branca e Francisco, aos meus irmãos, e às minhas amigas, que torceram por mim e fizeram com que nunca desistisse, Laurinda, Tirsia, Alexandra e Carmén. E a todos os que mesmo não fazendo menção, ajudaram me, acreditando em mim.

E por fim a todas as Zungueiras que participaram no estudo, porque depois desta experiência nunca mais serei a mesma pessoa. Obrigada.

Resumo

Em Angola, a economia informal apresenta-se, cada vez mais, como fazendo parte intrínseca do modo de ser, estar e de viver da população. O recurso ao mundo informal é, no fundo, o fruto de uma necessidade. O setor formal, abrange apenas 12% da população ativa, sendo assim o setor informal é responsável pela obtenção de rendimentos de uma parte significativa da população. A gestão estratégica é um processo no qual o indivíduo estabelece direções estratégicas para alcançar a sobrevivência ou o êxito, por isso desenvolver uma gestão estratégica significa, tomar medidas para garantir que haja uma preparação para enfrentar situações inesperadas.

A pesquisa que se segue, tem como objetivo analisar o comportamento das Zungueiras e saber de que forma é que a atuação destas contribui para a sobrevivência das suas famílias, através de um estudo de caso realizado por meio de entrevistas e questionários aplicados as zungueiras do mercado de São Paulo em Luanda.

Após a análise de resultados chegamos à conclusão que a maioria das mulheres que se dedica a atividade informal é jovem com idades compreendidas entre 17 e 35 anos, tem pouca instrução, possuem mais de quatro filhos, são casadas, vivem em agregados familiares com mais de seis pessoas, também que o ingresso na economia informal constitui uma estratégia de sobrevivência de forma a aumentar os rendimentos, face às dificuldades diárias e às ineficiências das políticas públicas.

As Zungueiras veem no negócio informal uma boa estratégia para fazer face à necessidade de sustentar as suas famílias, desenvolvem um empreendedorismo solidário, com respeito e espírito de entajuda em relação a quem enfrenta a mesma situação e corre os mesmos riscos. Desta forma podemos afirmar que o seu modo de atuar possui características únicas, quer no que respeita à forma de gestão, modo de produção, forma de proteção coletiva e objetivos. Verificamos que entre as mais novas existe o desejo de passar para a economia formal, aproveitando a sua experiência como comerciante e gestora.

Palavras-chave: Zungueiras, Economia Informal, Trajetórias de vida, Estratégias de Sobrevivência

Abstract

In Angola, the informal economy is increasingly becoming an intrinsic part of the people's way of being, being and living. The recourse to the informal world is, in essence, the fruit of a necessity. The formal sector accounts for only 12% of the active population, so the informal sector is responsible for securing income for a significant part of the population. Strategic management is a process in which the individual establishes strategic directions to achieve survival or success, so developing strategic management means taking steps to ensure that there is preparedness to deal with unexpected situations.

The research that follows, aims to analyze the behavior of Zungueiras and to know how their performance contributes to the survival of their families, through a case study conducted through interviews and questionnaires applied to market Zungueiras of São Paulo in Luanda.

After analysing the results we came to the conclusion that the majority of women engaged in informal activity are young people between the ages of 17 and 35, have little education, have more than four children, are married, live in households with more than six people, also that entering the informal economy is a strategy of survival in order to increase incomes, given the daily difficulties and inefficiencies of public policies.

Zungueiras see in the informal business a good strategy to face the need to support their families, develop an entrepreneurship of solidarity, with respect and a spirit of mutual help with those who face the same situation and run the same risks. In this way we can affirm that its way of acting has unique characteristics, as regards the form of management, mode of production, form of collective protection and objectives. We find that among the younger ones there is the desire to move to the formal economy, taking advantage of their experience as a trader and manager.

Keywords: Zungueiras, Informal Economy, Life trajectories, Survival Strategies

Índice

Dedicatória	2
Agradecimentos.....	3
Resumo.....	4
Abstract	5
Índice.....	6
Índice de Figuras	8
Índice de Gráficos	9
Índice de Quadros.....	10
Índice de Tabelas.....	11
Lista de Siglas e Abreviaturas	12
Introdução.....	13
Definição do Tema	14
Justificação	15
Objetivos	16
Metodologia	17
Estrutura do Trabalho.....	17
1. Angola	19
1.1 Contexto Sócio Económico	19
1.2 A pobreza em Angola.....	23
2. A Economia e o Comércio Informal	26
2.1 A Origem do Setor Informal	26
2.2 Conceito de Informalidade	27
2.3 Economia Informal.....	29
2.4 Mercado Informal.....	31
2.5 Comércio Informal	32
2.6 Determinantes do Setor Informal	33
2.7 Métodos de medição da Economia Informal.....	34
	6

2.8 Características Gerais da Informalidade.....	35
2.9 As diferenças entre mercado formal e informal	36
2.10 A Informalidade em Angola.....	39
2.11 Aspetos legais das atividades informais em Angola	43
3. Informalidade enquanto instrumento de gestão estratégica.....	45
3.1 Conceito de gestão estratégica	45
3.2 Elaboração de uma estratégia	46
3.3 Estratégias de sobrevivência	49
4. Metodologia	52
4.1 A Investigação e as suas questões	54
4.2 Instrumentos de recolha de dados.....	56
4.3 População, Recolha e Tratamento de dados	59
5. Análise de Resultados	61
5.1 Análise das entrevistas	61
5.2 Análise dos questionários	67
5.2.1 Caracterização da amostra.....	67
5.2.2 Características gerais no negócio	70
5.2.3 A gestão de negócios.....	77
5.2.4 Valor social, dificuldades e perceção das Zungueiras em relação à sua condição social.....	80
5.2.5 Avaliação das hipóteses de investigação.....	84
Conclusões	92
Discussão e implicações para a Teoria.....	92
Limitações da investigação	96
Pistas para futuras investigações	96
Referências Bibliográficas	97
Anexos e Apêndices	i
Anexo I - Políticas e Instrumentos de Intervenção lançados pelo Governo para a conversão da economia informal em formal	ii
Anexo II - Instrumento para fomento de pequenas atividades empreendedoras lançados pelas Instituições Financeiras	iii
Anexo III- Regulamento da Venda Ambulante.....	iv
Apêndice I - Questionário	viii
Apêndice II - Carta aberta	xii

Índice de Figuras

Figura 1 - Mapa de Angola.....	19
Figura 2 - Tipos de Métodos para Medir a Economia Informal	35
Figura 3 - Fotos das Zungueiras, de Wilson Bentos.....	41
Figura 4 - As Zungueiras a venderem fruta.....	41
Figura 5 - As Zungueiras a vender pão e fruta	42
Figura 6 - Elementos da Estratégia.....	48
Figura 7 - Localização do Mercado de São Paulo em Luanda	55
Figura 8 - Zungueira com os seus produtos.....	66

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Evolução da População angolana entre 2010 e 2018	20
Gráfico 2 - Evolução do PIB em Angola.....	22
Gráfico 3 - Evolução do Salário Mínimo	23
Gráfico 4 - Idade das inquiridas	68
Gráfico 5 - Número de filhos das inquiridas	68
Gráfico 6 - Estado civil	69
Gráfico 7 - Número de elementos no agregado familiar	69
Gráfico 8 - Nível de Escolaridade	70
Gráfico 9 - Número de anos como Zungueira.....	70
Gráfico 10 - Razões para o exercício da atividade.....	71
Gráfico 11 - Tipo de produtos comercializados	71
Gráfico 12 - Quantos tipos de Produtos comercializa	72
Gráfico 13 - Locais de aquisição dos produtos que comercializa	72
Gráfico 14 - Montante ganho por dia de atividade.....	73
Gráfico 15 - Número de horas de trabalho por dia de atividade como Zungueira	74
Gráfico 16 - Existem dependentes financeiros da Zungueira.....	74
Gráfico 17 - Tipo de relação com os dependentes financeiros.....	75
Gráfico 18 - Quem paga as contas da casa onde vive a Zungueira?	75
Gráfico 19 - Contribuição da atividade para o sustento da família	75
Gráfico 20 – Com o rendimento que ganha consegue cobrir as despesas do agregado familiar.....	76
Gráfico 21 - Principais benefícios da atividade.....	77
Gráfico 22 - Considera-se empreendedora.....	77
Gráfico 23 - Reconhece os principais instrumentos de negócios	77
Gráfico 24 - Faz alguma gestão ou possui um Plano de Negócios.....	78
Gráfico 25 - Tipo de instituições corporativas que auxiliam as Zungueiras	79
Gráfico 26 - Táticas de sobrevivência	79
Gráfico 27 - Como se sente valorizada pela sociedade	80
Gráfico 28 - Nível de dificuldade da atividade exercida	80
Gráfico 29 - Dificuldades sentidas no exercício da atividade	81
Gráfico 30 - Qualidade das infraestruturas.....	82
Gráfico 31 - Intenções de emprego para o futuro.....	82
Gráfico 32 - Noção das medidas de proteção do meio ambiente	83
Gráfico 33 - Avaliação do papel do Governo na solução dos problemas das Zungueiras	83
Gráfico 34 - Opinião sobre o fim da zunga	84

Índice de Quadros

Quadro 1 - Características das pessoas envolvidas no setor informal	36
Quadro 2 - Características das atividades do setor Informal	36
Quadro 3 - Diferenças entre a economia formal e a informal	38
Quadro 4 - Elementos da Estratégia	47
Quadro 5 - Principais questões na elaboração de uma estratégia	48
Quadro 6 - Identificação de uma oportunidade de negócio.....	48
Quadro 7 - Hipóteses de Investigação	56
Quadro 8 - Guião das Entrevistas.....	57
Quadro 9 - Questões sociodemográficas	58
Quadro 10 - Questões sobre as características das Zungueiras	58
Quadro 11 - Questões sobre a gestão do negócio.....	59
Quadro 12 - Questões sobre a valorização pela sociedade e sobre o futuro da Zunga.....	59
Quadro 13 - Validação das Hipóteses de Investigação	91

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Teste do Qui-quadrado para a hipótese de investigação nº 1	84
Tabela 2 - Teste de Qui-quadrado para a segunda hipótese de investigação.....	85
Tabela 3 - Teste de Qui-quadrado para a terceira hipótese de investigação.....	86
Tabela 4 - Tabela cruzada para idade e Instrumentos de gestão de negócios – Análise de resíduos	86
Tabela 5 - Teste de Qui-quadrado para a hipótese de investigação número quatro	87
Tabela 6 - Tabela cruzada das variáveis ‘antiguidade como Zungueira’ e ‘quantos tipos de produtos comercializa?’ - análise de resíduos	87
Tabela 7 - Teste de Qui-quadrado para quinta hipótese de investigação	88
Tabela 8 - Teste Kruskal Wallis para a sexta hipótese de investigação	88
Tabela 9 - Teste de Qui-quadrado para a sétima hipótese de investigação	89
Tabela 10 - Tabela cruzada entre a idade e a intenção de futuro.....	90

Lista de Siglas e Abreviaturas

BAD	Banco Africano de Desenvolvimento
BNA	Banco Nacional de Angola
BUE	Balcão Único do Empreendedor
CAN	Campeonato Africano de Futebol
CEGEA	Centro de Estudos de Gestão e Economia Aplicada
CEIC	Centro de Estudos e Investigação Científica (Universidade Católica de Angola)
FMI	Fundo Monetário Internacional
FNLA	Frente Nacional de Libertação de Angola
GEA	Grupo de Estudos Africanos vinculado ao Instituto de Relações Internacionais da Universidade de Brasília
GPL	Governo Provincial de Luanda
INAPEM	Instituto Nacional de Apoio às Pequenas e Médias Empresas (Angola)
INE	Instituto Nacional de Estatística
IPGUL	Instituto de Planeamento e Gestão Urbana de Luanda
MPLA	Movimento Popular de Libertação de Angola
OIT	Organização Internacional do Trabalho
ONG	Organização Não Governamental
PAE	Programa de Ajustamento Estrutural
PDE	Plano de Desenvolvimento Estratégico
PEA	População Economicamente Ativa
PENAMT	Plano Estratégico Nacional de Acessibilidades, Mobilidade e Transportes
PIB	Produto Interno Bruto
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PREI	Programa de Reconversão da Economia Informal
PROAPEN	Programa de Apoio aos Pequenos Negócios
TI	Tecnologia de Informação
UNCATD	Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento
UNICEF	Fundo das Nações Unidas para a Infância
UNITA	União Nacional para a Independência Total de Angola

Introdução

Uma introdução é sempre necessária quando abordamos algum assunto, é de suma importância deixar claro qual é o assunto, e mostrar por que motivo é importante. Nesta dissertação não seria diferente, acredito que todos nós já nos perguntamos se realmente gostamos daquilo que fazemos ou se o fazemos apenas por necessidade.

Eclesiastes 3:13 diz “Que todos desfrutem dos resultados de todo o seu trabalho árduo”. Trabalhar é algo sem o qual dificilmente conseguimos viver, já no Jardim do Éden, o primeiro homem trabalhava e tem sido assim desde então, mas com o passar do tempo as formas de trabalho sofreram diversas mudanças, em função da evolução das tecnologias, do conhecimento humano e também das necessidades que foram surgindo.

Cada país tem suas próprias leis que regulamentam a atividade laboral, bem como uma cultura, que está de certa forma associada à maneira como as pessoas vivem e trabalham. Nos últimos anos em Angola, assiste-se diariamente ao trabalho da mulher Zungueira, termo utilizado para denominar as mulheres que vendem os seus produtos pelas ruas de Luanda. Elas têm ocupado uma posição de destaque na sociedade, particularmente na capital de Luanda, onde o comércio ambulante, surge como o rosto da extrema pobreza e da desigualdade socioeconómica, resultantes de altas taxas de desemprego, do trabalho precário e do crescimento acelerado da população de Luanda. Surge também devido ao facto de o setor formal não proporcionar novas oportunidades de emprego.

O risco constitui uma das características dominantes da atividade das Zungueiras, diretamente envolvidas no segmento de vendas não oficiais, em Luanda. O confronto diário com situações de risco é consequência das condições concretas, em que a atividade é exercida e são vários os fatores que se conjugam para multiplicar as situações de risco: o carácter precário e a ausência institucionalizada de proteção social, a fragilidade dos mecanismos de regulação oficial e de suporte institucional da atividade, as fragilidades das instituições de representação (quando existem ou atuam), o modelo de exploração dominante, o estado degradado das infraestruturas, os níveis elevados de sinistralidade e de congestionamento do tráfego automóvel na capital angolana, entre outros.

As estratégias específicas de gestão do risco percebido, são enquadradas pelas próprias nas mais variadas formas de atuação, com finalidades de sobrevivência, de constante adaptação e de acumulação de recursos. Estas estratégias repercutem-se nas práticas e nos comportamentos sociais. Nessa conjuntura socioeconómica e política a mulher responsabiliza-se pelo sustento da sua família, realizando atividades informais como única fonte de rendimento, que permite por um lado o sustento de várias famílias da cidade capital e ainda gerar um rendimento que é utilizado para ampliar e desenvolver a sua atividade.

Definição do Tema

O tema do presente trabalho de investigação é “*A gestão de sobrevivência no mercado informal de São Paulo em Luanda: O caso das zungueiras*”

Propomo-nos analisar o comportamento das zungueiras no mercado informal do São Paulo, considerado um dos maiores na cidade de Luanda, queremos saber de que forma é que a atuação das zungueiras contribui para o rendimento familiar.

O problema de investigação está diretamente relacionado na forma como as Zungueiras planeiam e organizam a sua atividade na zunga, ou seja, que estratégias por elas são utilizadas para ultrapassarem as várias dificuldades no meio que estão inseridas, que pode ser traduzida na seguinte questão: **De que forma a atuação das Zungueiras contribui para a sobrevivência das famílias?**

Com este estudo queremos responder ao problema de como é que o comportamento, forma da planificação e gestão dos negócios das Zungueiras contribui de forma a garantir a sua sobrevivência e o sustento do agregado familiar.

O sistema de Contas Nacionais das Nações Unidas (SCN-93), olha para o sector informal como um conjunto de pequenas unidades, empresas individuais utilizando o fator trabalho do proprietário e de familiares, onde não existe uma atitude deliberada de escapar ao registo administrativo e ao controlo público e nem a obtenção de alguma vantagem no mercado por esse facto, não havendo neste caso, uma situação fraudulenta intencional. Nesta conjuntura de acordo com Checo (2003, p.25) “tratam-se de unidades que correspondem a formas de produção tradicionais ou modificações do comportamento das famílias em resposta às necessidades económicas”.

Com as várias dificuldades manifestadas pelo Estado e pelo setor formal em busca das respostas às necessidades básicas da população, o setor informal supera essas faltas, quer nas áreas de produção (agricultura periurbana, artesanato e formas industriais simples), de distribuição (comércio e serviços), dos serviços sociais (educação, e saúde), da construção (habitação) e sobretudo na questão de inserção de emprego para grande parte da população.

O setor informal, ocupa uma parte significativa da população em idade economicamente ativa e isso garante a sobrevivência da maioria. A falta de emprego, a exigência de mão-de-obra qualificada em muitos centros urbanos, a pobreza, as migrações devido às guerras, calamidades naturais, entre outros fatores, proporcionam um ambiente propício para o surgimento do sector informal.

Segundo o jornal Lusa em Angola, de 13.02.2017, o setor formal, abrange apenas 12% da população ativa sendo assim o setor Informal é responsável por uma parte significativa da população em idade economicamente ativa e isso segundo o vice-ministro do emprego e segurança social, Sebastião Lukinda, tem sido a solução para se obterem meios de subsistência da “esmagadora maioria” dos angolanos.

Sendo, Angola um país em desenvolvimento, importa identificar os contornos deste setor, para apoiar os decisores, na medida em que dispondo de um conhecimento profundo do fenómeno possam controlar, orientar e medir o seu contributo no desenvolvimento do país.

De acordo com INE (2006), a economia informal tem um peso um importante na economia e mercado de trabalho em muitos países, com maior incidência na África Subsariana, em particular nos países em vias de desenvolvimento, onde Angola se insere. Como já referimos, o mercado informal está associado a fatores de desenvolvimento, como a criação de emprego e geração de rendimento.

Justificação

A motivação e interesse pelo tema surgiram a partir de algumas vivências e observações da pesquisadora ligada a realidade de Angola. Em especial, no que diz respeito ao grande desequilíbrio social, em que as oportunidades de inserção na vida ativa não são fáceis e que não raras vezes contribuem para comportamentos e escolhas erradas de vida, por

parte dos jovens. Este estudo justifica-se porque o trabalho no mercado informal vem sendo, há muitos anos, um espaço de luta pela sobrevivência desse segmento da população.

Por um lado, verificamos que as mulheres possuem menos oportunidades no mercado de trabalho formal, por outro lado, vemos nelas mulheres lutadoras, que se sentem responsáveis pela sobrevivência das suas famílias e que procuram uma oportunidade de vida no mercado informal uma vez que não se conseguem inserir nos padrões formais da sociedade.

Assim acreditamos que estas mulheres tem muito a dizer, pela sua experiência na sua atividade, que merece ser analisada e em Angola são, cada vez mais, as mulheres que se ocupam de negócios familiares em mercados informais, portanto pretendemos analisar, identificar e compreender de que forma a atuação e as estratégias que as mulheres usam na sua planificação e gestão de negócios, contribuem para sobrevivência e para o aumento do rendimento das suas famílias.

A outra razão que aponta a relevância e pertinência desta investigação é a quase inexistência de estudos relacionados com o género, com temáticas que envolvam as Zungueiras, daí acreditamos que os resultados obtidos na pesquisa que vai nortear este estudo possibilitarão melhor compreensão dos fatores que explicam o envolvimento das zungueiras nas atividades informais.

Objetivos

O objetivo geral deste trabalho é analisar o comportamento das Zungueiras no mercado informal de São Paulo em Luanda e compreender de que forma a atuação das zungueiras, contribui para a sobrevivência e aumento do rendimento das suas famílias

Para uma melhor compreensão da investigação traçaram-se quatro objetivos específicos:

- Identificar os fatores que estimulam as mulheres do mercado de São Paulo a ingressarem na prática do mercado informal nomeadamente a Zunga;
- Conhecer o nível de perceção do impacto do sector informal e das políticas governamentais na vida das zungueiras no mercado informal do São Paulo;

- Avaliar a importância da atividade informal e das estratégias de sobrevivência no rendimento e melhoramento das condições de vida das famílias das zungueiras;
- Descobrir quais as melhorias que poderão surgir se as Zungueiras do mercado de São Paulo atuarem de forma sustentável fazendo uma gestão consciente do seu negócio, alargando assim os seus lucros.

Metodologia

Esta investigação assume um carácter exploratório que representa o primeiro passo para se conhecer a situação do mercado informal ou até aprofundar a realidade existente, identificando evoluções e tendências de um segmento específico em que se pretende atuar, sendo que no nosso caso o estudo centra-se nas Zungueiras do mercado Informal do São Paulo em Luanda.

Na nossa investigação optamos por aplicar uma técnica de recolha de dados mista. Iniciamos por uma técnica qualitativa, que permitiu a coleta de dados através de entrevistas, apoiada com uma técnica de observação de campo e, posterior, análise dos conteúdos. Ao realizarmos um estudo de caso no mercado informal de São Paulo estávamos conscientes de que seria necessário um diálogo com as mulheres vendedoras e funcionários que, muitas vezes, têm poucas capacidades de leitura e de escrita, o que dificulta, por exemplo, o preenchimento de um formulário de inquérito ou mesmo o diálogo num roteiro de entrevista.

Neste sentido, recorreu-se ao método dialético e com base um guião com perguntas abertas e semiestruturadas procurou-se dar respostas a alguns elementos essenciais da pesquisa. Esta técnica é complementada com um questionário de 32 questões de resposta fechada, que foi aplicado a 162 Zungueiras, constituindo assim a nossa amostra representativa da população.

Estrutura do Trabalho

A presente dissertação esta constituída em sete partes. Na primeira parte, apresentamos a introdução, a temática que nos propomos investigar, quais os objetivos, a metodologia que seguiremos e a estrutura do restante trabalho. No capítulo um,

apresentaremos o enquadramento geral de Angola, fazendo referência à contextualização política, económica e social de Angola, desde antes da Independência até aos nossos dias.

No segundo capítulo, através da revisão da literatura trazemos algumas fundamentações e conceitos sobre a economia informal, mercado informal, comercio informal e as suas envolventes. O terceiro capítulo inicia-se com o estudo da informalidade enquanto instrumento de gestão e sobrevivência para o rendimento familiar.

No quarto capítulo apresentamos a metodologia utilizada na investigação e no quinto capítulo, trazemos a análise dos resultados das entrevistas e do questionário aplicado às Zungueiras.

Na última parte, apresentaremos as conclusões, limitações, propostas para investigações futuras e considerações finais.

1. Angola

1.1 Contexto Sócio Económico

Neste capítulo apresentaremos, ainda que de forma sumária o cenário da investigação, isto é, apresentaremos Angola.

Figura 1 - Mapa de Angola



Fonte: www.skyscrapercity.com/mapas de Angola

Conforme o mapa, Angola é constituída por dezoito províncias: Bengo; Benguela; Cabinda; Cunene; Huambo; Huíla; Cuando Cubango; Kuanza Norte; Kuanza Sul; Lunda Norte; Lunda Sul; Malange; Moxico; Namibe; Uíge; Zaire e Luanda, a capital do País.

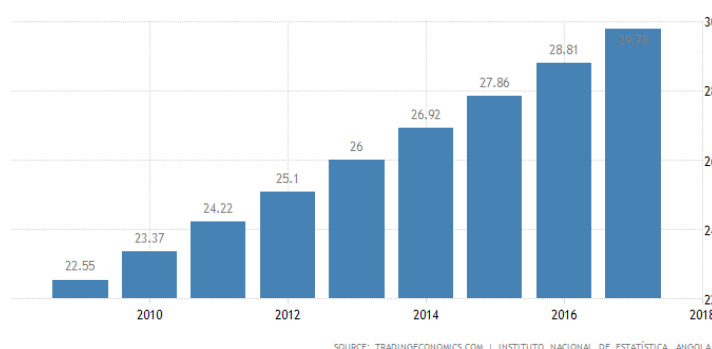
A nossa investigação tem como principal cenário a cidade de Luanda. Pela sua localização, Luanda tem um ótimo enquadramento natural e durante quase todo o ano tem um clima quente muito agradável. Localizada no litoral, os rios Kwanza e Bengo são a base dos recursos hídricos. A cidade e o seu interior têm tributos naturais favoráveis para que hajam boas condições físicas e naturais para uma boa qualidade de vida em geral.

Como é referido por Castro (2015), citado por Castro, Reschilian e Zanetti (2018, p. 10) “Localizada na região litoral de Angola, Luanda foi, desde a época colonial, uma das províncias da lusofonia com maior atividade socioeconómica, usufruindo da vantagem de sua localização. Assim, não apenas consagrou-se capital do país como acabou por experimentar

diversos conflitos civis bélicos e sócio espaciais”, ao que os mesmo autores acrescentam “por se ter tornado, durante o período de guerra e pós-guerra, a cidade com maior estabilidade militar e económica em relação às outras províncias do país, Luanda não só absorveu os problemas sociais resultantes desse processo como experimentou um rápido crescimento da sua população e, consequentemente, o alargamento do seu tecido urbano”.

No gráfico seguinte, apresentamos a evolução da população angolana. Como é visível no gráfico, a população está em crescimento e o INE estimou cerca de 30 milhões de habitantes para 2019.

Gráfico 1 - Evolução da População angolana entre 2010 e 2018



Fonte: INE (Angola)

De acordo com Liberato (2015, p.7), “no que respeita a evolução socioeconómica do país apresentaremos as diferentes fases:

- De 1975 a 1987: da independência aos primeiros desafios da reestruturação económica

Os primeiros 12 anos de independência de Angola foram de imensa dificuldade, que se refletiram na degradação acentuada das condições de vida das famílias, contrariando as principais promessas da independência política. O conflito militar que se deflagrou quase em simultâneo com a conquista da independência e o êxodo massivo de pessoal qualificado para Portugal, foram as principais razões da grande dificuldade que se enfrentava na altura”.

Rocha (2014, p.12) estima que o “ PIB por habitante tenha passado de 1086 dólares, em 1974, para 537 dólares em 1987”. Ao longo dos primeiros anos de independência, adotou-se um Sistema Económico de Direção Central planificada onde todos os setores da atividade económica foram ficando sob o controlo do Estado, de orientação político-ideológica Marxista-Leninista. A respeito da situação económica prevalecente na altura, o economista Rocha (2013, pp. 135-136) elucida o seguinte:

[...] Uma economia socialista em que o planeamento imperativo, administrativo e centralizado comandava o funcionamento da economia, tirando, por conseguinte, qualquer espaço à economia privada [...]. A edificação do socialismo não era compatível com o mercado e com a economia privada, pelo que todas as orientações provenientes do MPLA¹ iam no sentido do reforço da centralização e da acentuação do carácter administrativo da intervenção do Estado [...] com base em planos e programas em que tudo que se tinha de produzir, exportar e importar era previsto.

Ainda para Liberato (2015, p. 8) “a degradação da situação económica e social do país e o agravamento da situação militar², tornaram mais salientes as ineficiências do sistema de direção central e suas consequências sobre a atividade económica. Com o objetivo de corrigir o então sistema de direção da economia foi criado um plano de recuperação e revitalização, denominado Programa de Saneamento Económico e Financeiro – SEF”.

Segundo Ferreira (1999, p. 230) o objetivo principal “era substituir os métodos predominantemente administrativos por métodos predominantemente económicos, visando uma combinação do plano com os mecanismos reguladores do mercado “.

Por seu lado Rocha (2011, p. 137) refere que: “contrariamente ao esperado das reformas económicas e financeiras prometidas pelo SEF, a economia angolana continuava sujeita às vicissitudes diversas e às regras socialistas de funcionamento que impediam a aquisição de uma determinada racionalidade de comportamentos, fundamental para atrair investimentos privados e reduzir a dependência do petróleo”.

Para Liberato (2015, p.9) “Deste modo, com uma influência negativa e abrangente sobre a população, o sistema de economia adotado vigorou praticamente sem alterações significativas até o ano de 1991, ano onde foram ensaiadas as primeiras grandes mudanças no plano político e económico.

➤ De 1991 a 2002: das transformações substanciais ao fim do conflito armado

No início da década de 90, Angola conheceu duas transições importantes que marcaram o início da 2ª República - do regime de partido único para o multipartidarismo, e da economia centralmente planificada para a economia de mercado”.

¹ Partido Político no Poder desde a Proclamação da Independência

² Sobre a génese do conflito armado angolano e o seu desenrolar durante a I e II Repúblicas, veja, por exemplo, Carvalho (2002).

O que ocorreu, segundo Vidal (2006, p. 25) devido a “uma nova revisão constitucional em 1991 (lei 12/91) aprovou os princípios básicos de uma democracia multipartidária, definindo a República de Angola como um Estado democrático e de Direito, consagrando vários princípios básicos de uma economia de mercado”

Como realça Carvalho (2008, p.91):

“A simples mudança do sistema económico por si só promoveu a exclusão social. Se na 1ª República o Estado garantia o emprego e a distribuição do rendimento se fazia de forma a beneficiar todas as camadas sociais, a liberalização económica veio promover a competição para além de provocar o desemprego e a constante perda do poder de compra dos salários. A juntar à guerra, a liberalização económica trouxe também um maior grau de informatização da economia angolana para além de provocar um aumento indiscriminado da pobreza”.

Ao que o mesmo autor ainda acrescenta:

“É neste panorama socioeconómico que se foram moldando as condições propícias para que a sociedade angolana se caracterizasse por elevadas taxas de informalidade da economia, sendo a capital o principal centro de atracção. Paralelamente às diferentes fases da economia e à generalização do conflito armado, foi se alastrando o sector informal à medida que as condições de vida se iam degradando, face as políticas económicas pouco ajustadas”.

De acordo com Lopes (2014, p. 2) “o processo de transformação teve uma influência determinante na dimensão, natureza e características do mercado informal que existe presentemente em Luanda e um pouco por todo o país. A evolução do mercado informal na capital é fruto do abandono das zonas rurais, por parte da população, que procurou melhores condições de vida em Luanda”.

Do ponto de vista económico, o país tem registado um bom desempenho nos últimos anos. Entretanto, o crescimento ao nível de dois dígitos que colocou o país nas ‘mainstream’ mundiais no período pós-guerra civil, teve o seu fim com o início crise financeira e económico, verificando-se o decréscimo do PIB entre 2015 e 2016. A recuperação ganhou notoriedade no ano de 2017, mas tem estado aquém das reais necessidades do país, e as estimativas do FMI apontam para um crescimento gradual para os anos que se seguem.

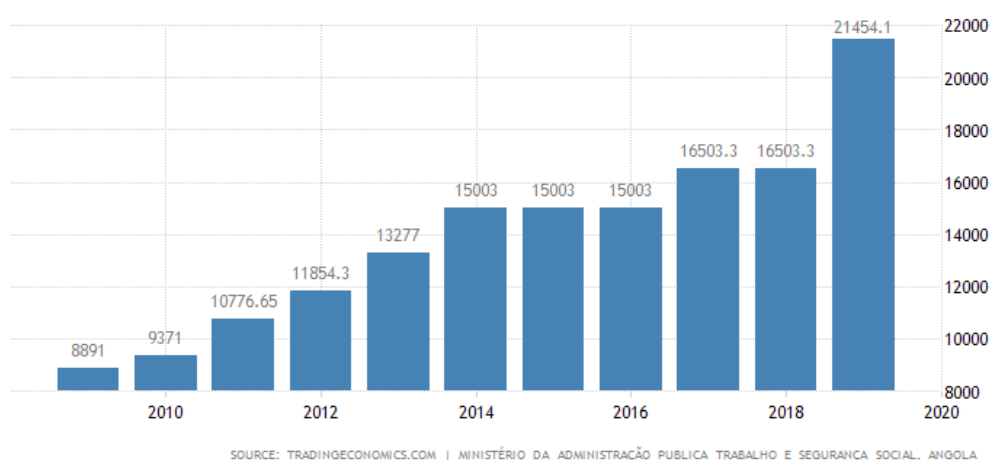
Gráfico 2 - Evolução do PIB em Angola



Fonte: Banco Mundial

Relativamente ao salário mínimo, e de acordo com o decreto Presidencial 144/14 o salário mínimo nacional está afixado em 21.454,10 kwanzas (120 euros) para trabalhadores do comércio e da indústria extrativa. Mais reduzido, apesar da atualização então aprovada, era o valor mínimo mensal para os setores dos transportes, dos serviços e das indústrias transformadoras, fixado em 18.754,00 kwanzas o equivalente a (100 euros), e para o setor da agricultura, 15.003,00 kwanzas o equivalente a (80 euros). Como podemos aferir no gráfico.

Gráfico 3 - Evolução do Salário Mínimo



Fonte: Ministério da Administração Pública, Trabalho e Segurança Social de Angola

1.2 A pobreza em Angola

Iniciamos esta seção explicando a relação entre dois conceitos que são a vulnerabilidade social e a pobreza. De acordo Hespanha (2001), a “vulnerabilidade social refere-se às fragilidades internas, como a baixa autoestima, depressão, sentimento de privação, ou fragilidades externas, referentes à falta de emprego e de meios de subsistência, risco elevado de cair na pobreza ou de ter pouca ou nenhuma participação nos vários domínios da vida social (situações de exclusão ou de marginalização)”.

Segundo Caleiras (2011) as fragilidades e vulnerabilidade associadas também podem estar relacionadas a outro conjunto de fatores como: género, idade, baixo nível de escolaridade, políticas de saúde, redes de contactos limitadas ou forte enraizamento local.

Para Ribas e Colher (2006) a análise da vulnerabilidade social está assim relacionada ao bem-estar de indivíduos ou grupos, referindo-se à ligação entre pobreza, riscos e esforços para a gestão desses mesmos riscos”. Em que: “a vulnerabilidade é amplamente entendida como a perda de bem-estar causada pela incerteza de eventos e pode ser decomposta em componentes de uma cadeia de riscos: risco ou incerteza de eventos, opções de resposta ao risco e resultados em termos de perda de bem-estar.

De acordo com Lopes, Feliciano e Rodrigues (2008, p. 25) “as situações de vulnerabilidade são agravadas em condições de pobreza, colocando os indivíduos e grupos mais expostos aos riscos e impossibilitando-os de aceder aos recursos, reproduzindo assim as condições de pobreza”.

No entanto, como observa Lopes (2011) “a falta de segurança, rendimentos insuficientes e deficiente qualificação profissional, constituem algumas das privações que determinam o elevado grau de vulnerabilidade dos trabalhadores da economia informal que são maioritariamente mulheres, migrantes, minorias, jovens e crianças com baixo nível de escolaridade”.

Para Oliveira (2012, p. 34) “a análise e medição da pobreza em Angola é bastante complexa porque envolve variáveis distintas, e vários tipos de interpretações atendendo aos fatores envolvidos. Estes fatores, que afetam de forma diferente cada uma das pessoas, levaram à identificação e caracterização das categorias sociais que em Angola se encontram mais vulneráveis à pobreza”.

De acordo com Oliveira (2012, p.126) “em Angola conseguimos identificar e caracterizar diferentes categorias de pessoas que se encontram mais ou menos vulneráveis à pobreza, como:

- a) Pequenos agricultores e camponeses;
- b) Analfabetos;
- c) Desempregados;
- d) Crianças de rua e sem-abrigo;
- e) Desmobilizados das forças armadas;
- f) Deslocados de guerra;
- g) Famílias monoparentais;

h) Deficientes físicos

Cada uma das pessoas que se insere numa destas categorias sociais enfrenta situações de carência, privação e marginalização, condições que posteriormente os conduzem a uma situação de exclusão social”.

2. A Economia e o Comércio Informal

2.1 A Origem do Setor Informal

Para Sousa (2014, P. 11) “de entre os distintos eixos teóricos que podem enquadrar a análise sobre a informalidade enquanto meio de subsistência de grupos vulneráveis, serão desenvolvidos, no presente capítulo, as linhas de abordagem conceptual que serviram de sustentação ao nosso modelo de análise. Tratando-se de conceitos transversais e que cuja dimensão de análise não pode descurar as distintas realidades sociais, serão contextualizados de acordo com a realidade em estudo”.

O primeiro passo nesse sentido é definir o que deve ser entendido como informalidade, uma vez que a própria definição objetiva do que é informal não é consensual.

De acordo com ILO (1972) o debate sobre a informalidade teve início nos anos 1970, a partir da publicação, pela Organização Internacional do Trabalho (OIT), do documento *Employment, Incomes and Equality in Kenya*. Este trabalho chamou a atenção para a importância do setor informal, como sendo “um setor que proporciona ocupações e de oportunidades de rendimentos”.

A partir dele, uma série de estudos passou a ser desenvolvida acerca do tema, como por exemplo o trabalho de Hallak-Neto, Namir e Kozovits (2012). Com eles, diversas abordagens sobre a caracterização e o dimensionamento da informalidade vêm sendo sucessivamente sugeridas e utilizadas. Para Nogueira (2016, p. 8) “Essa diversidade tem origem, em primeiro lugar, devido às duas premissas distintas que são utilizadas para a caracterização do setor informal: a atividade económica informal e o trabalho informal. A isso somam-se também interpretações distintas em relação a que constitui cada uma dessas categorias”.

A própria OIT, a partir da XV Conferência Internacional de Estatísticos do Trabalho (Ciet), realizada em 1993, passou a admitir que a informalidade deve ser caracterizada a partir de duas dimensões: “o não registo oficial do empreendimento e/ou a sua dimensão (menores que cinco empregados, entendendo que isso tende a significar situação de trabalho precário”(p.8).

De acordo com Silva (sd, p.12)

“O sector informal da economia teve maior relevo em África após a descolonização dos países da África subsariana. A questão de desenvolvimento do continente africano começou a ser discutida nos anos 60 do século XX, quando a maioria dos Estados se tornou independente. Os Estados africanos apostaram fortemente em modelos económicos que se baseavam em substituição da importação e na intervenção do Estado na economia. Estes modelos económicos trouxeram uma urbanização acelerada e um grande contingente de trabalhadores do campo para a cidade a par de um ‘boom’ demográfico superior ao crescimento económico. A adoção destes modelos de desenvolvimento e de crescimento económico teve como consequência imediata o êxodo rural que, por sua vez, veio a facilitar a expansão e o progresso do sector informal”.

No entanto alguns observadores como Chickering e Salahdine (1991) começaram por notar que perante a falta de empregos no sector formal, muitos dos pobres foram sobrevivendo através do trabalho para eles próprios ou para familiares, e desta forma atuam fora das regras e das regulamentações da economia formal, estas atividades foram fornecendo uma vasta gama de produtos e serviços, a razão da pobreza dessas pessoas parecia não ser falta de iniciativa empresarial, mas sim de oportunidades.

De acordo com Ramos (2007, p. 119), o universo informal foi então definido como “aquele que é:

- composto por pequenas firmas de propriedade familiar;
- baseado na utilização de recursos locais;
- fundado em tecnologias trabalho-intensivas;
- com baixa produtividade;
- atua em mercados concorrenciais e não regulamentados; e
- adquirente de qualificações e padrões tecnológicos à margem dos circuitos oficiais”.

2.2 Conceito de Informalidade

Para Lima (2010, p. 162) o conceito de informalidade pode ser entendido como “trabalho não regulamentado e localizado de forma maioritária em setores de baixa produtividade e rentabilidade como a pequena produção familiar, atividades comerciais ambulantes e outras voltadas à subsistência”.

Diferentes estudos relacionam a informalidade à incapacidade da economia formal em absorver os custos elevados dos trabalhadores, ou seja, trabalhadores que tem o objetivo de ter o seu estabelecimento o seu próprio negócio se sentiriam encorajados a optarem pela operação não formalizada ou atuarem como autônomos, evitando custos - percebidos como elevados - associados à tributação, à burocracia e à corrupção (Tiryaki, 2008).

Não encontramos nenhuma descrição ou definição universalmente aceite sobre a economia informal, uma vez que este conceito depende do contexto sociopolítico e económico de cada país.

Muito se tem discutido sobre os conceitos mais importantes em relação à informalidade da economia, encarada como um fenómeno global. Coexistem várias divergências e ambiguidades sobre quais seriam as melhores expressões para delimitar o tema em questão. Não há um consenso em torno do assunto e isso decorre de uma das características mais marcantes da literatura relativa à informalidade no mercado de trabalho que é a grande variedade de definições utilizadas tanto em trabalhos teóricos, quanto empíricos. Essa literatura é de maneira geral bastante dispersa e apresenta pouca organização. Dessa forma, pode afirmar-se que desde o início das pesquisas internacionais sobre o trabalho informal, não existe consenso (Cunha, 2006).

Como é referido em ILO (1972, p. 6) “nas atividades informais estavam presentes também em ocupações específicas, nas atividades económicas de maior vulto e não somente nas regiões periféricas urbanas. Destaca, assim, o facto de as atividades informais englobarem o modo de fazer as coisas”.

No cenário de transformações económicas e de reordenamento institucional, diversos estudos e artigos buscaram discutir o tema da informalidade, mas a partir de diferentes perspetivas: observando a sua importância na geração de ocupações; considerando-a como expressão da rigidez da legislação trabalhista; denunciando-a pela precariedade e insegurança que traz para o mundo do trabalho; enxergando-a como um facto inexorável da transição para uma sociedade de serviços; e entendendo que há um “processo de informalidade” implícito na reorganização económica contemporânea. Essas perspetivas não são necessariamente antagónicas, mas diferenciam o posicionamento dos diferentes interlocutores no debate (Krein & Proni, 2010).

De modo geral, os parâmetros estabelecidos pela OIT são os que têm sido mais frequentemente adotados pela literatura. Provavelmente isso se deve ao facto de que o principal foco de estudos sobre este universo seja direccionado para a economia do trabalho. Ainda são esparsos os estudos que se debruçam sobre a informalidade, tendo como objeto as atividades económicas per se e suas estruturas produtivas.

A partir dos anos 1990, a discussão em torno da temática “economia informal” ganhou novos contornos no contexto de profundas mudanças económicas. Assume-se que a

informalidade apresenta distintos significados nos diferentes debates, em torno das suas manifestações cotidianas, uma vez que a sua compreensão na opinião pública, na academia e entre os formuladores de políticas públicas costuma variar de acordo com a visão de mundo, os compromissos e os interesses imediatos de cada segmento social. Mas, qualquer que seja o significado atribuído às suas manifestações, a questão não pode ser pensada de forma compartimentada, como se o problema estivesse restrito a um setor atrasado e estanque da economia (Krein & Proni, 2010).

A seguir trazemos à luz as três terminologias mais utilizadas bem como, as definições dos vários autores para se identificar o trabalho informal, Economia Informal, Mercado Informal e Comercio Informal.

2.3 Economia Informal

A economia informal é segundo Silva (2010, p. 15) “todo um vasto leque de comportamentos económicos, socialmente admissíveis, realizados fundamentalmente com finalidades de sobrevivência e que escapam quase totalmente ou, pelo menos, parcialmente ao controlo dos órgãos de poder público local/regional/nacional em matéria fiscal, laboral, sanitária ou de registo estatístico”.

Porém, na definição de Lopes (2004), citado por Silva (2010, p. 16) economia informal compreende as atividades e praticas económicas legais realizadas por agentes económicos totais ou parcialmente ilegais.

Segundo Rodrigues, Campos, Guedes, Mendes e Silva (2008) é “toda a atividade económica que, não sendo em si mesma ilegal, se processa à margem das normas vigentes. A evasão fiscal é uma das formas mais frequentes de informalidade, pois pode manifestar-se o desrespeito pelas normas laborais de qualidade e segurança dos produtos”.

Para Afonso, Gonçalves e Ferreira (2015, p. 10) a economia informal “constitui um espaço no qual setores sociais vulneráveis ou marginalizados garantem as suas condições de subsistência. O central não é fugir à lei, mas sim criar condições a partir das quais grupos e indivíduos possam materialmente viver”.

Como é referido por Gonçalves (2014, p. 62)

“desta forma as atividades que foram referidas como exemplo de Economia Informal são ilegais na medida que não estão submetidas à tributação, não possuem as autorizações e as licenças obrigatórias não estão registadas ou não cumprem algum dos requisitos fixados pelas autoridades ou pelas entidades profissionais porque compreendemos que operar à margem da lei não é sinónimo de criminalidade, mas neste sentido, podemos considerá-las irregulares por não satisfazerem total ou parcialmente a regulamentação aplicável”.

Ao que o mesmo autor acrescenta “A Economia Não Registada (ENR) reúne todas as atividades que por diferentes motivos – opacidade, ilegalidade, ocultamento seletivo, falta de fiscalização... – não são contabilizadas em termos monetários pelos estados: temos um dado volume de riqueza económica que não se traduz oficialmente no PIB” (p.62)

De acordo com a OIT (2002, p. 9), a Expressão ‘economia informal’ refere-se

“a todas as atividades económicas de trabalhadores e unidades económicas que não são abrangidas, em virtude da legislação ou da prática, por disposições formais. Estas atividades não entram no âmbito de aplicação da legislação, o que significa que estes trabalhadores e unidades operam à margem da lei; ou então não são abrangidos na prática, o que significa que a legislação não lhes é aplicada, embora operem no âmbito da lei; ou, ainda, a legislação não é respeitada por ser inadequada, gravosa ou por impor encargos excessivos”.

A economia informal é definida como pequenas unidades económicas e trabalhadores (profissionais e não profissionais) envolvidos em atividades comerciais fora do mecanismo formalmente estabelecido para conduzir tais atividades. Este é um processo gerador de rendimentos caracterizado pelo simples facto de não ser regulamentado e de não constar nas contas nacionais (Chincala, 2011).

Como é referido por Silva (2010, p. 7) no que diz respeito à segurança e insegurança nas atividades informais, a Organização Internacional do Trabalho identifica sete dimensões que aparecem com particular relevância:

- Segurança no mercado laboral: refere as boas oportunidades laborais que resultam de um elevado nível de emprego, produto de políticas macroeconómicas;
- Segurança do emprego: proteção contra despedimentos arbitrários consignada em geral numa legislação que regulamenta a contratação e o despedimento;
- Segurança ocupacional: implica a oportunidade de inserção num segmento profissional e possibilidade de desenvolver um sentido de pertença como consequência do melhoramento profissional;
- Segurança no trabalho: possibilidade de contar com a proteção em caso de acidentes de trabalho e doença profissionais;

- Segurança para o desenvolvimento das competências: oportunidade de manter e desenvolver as habilitações e conhecimentos profissionais mediante ações de formação ao longo da vida;
- Segurança do ingresso: implica possibilidade de obtenção de ingressos adequados para o trabalhador e a família;
- Segurança de representação: possibilidade de exercício do direito a representação coletiva de trabalhadores e empregados através de organizações independentes, assim como do direito à negociação coletiva e ao diálogo social.

2.4 Mercado Informal

Diniz (2006), aborda o mercado informal como práticas económicas legais realizadas por agentes económicos ilegais, comportamentos económicos que se efetuam à margem, que estão excluídos ou que escapam ao sistema institucional de leis, regras, direitos, regulamento e condutas que estruturam o sistema formal de produção e troca.

Já Rocha (2012) define a informalidade como uma estrutura de ação, implicando a existência de um espaço (casa/escritório/rua/etc.) onde a ação é desenvolvida, a existência de atores (cujo comportamento pode ser formal ou informal), a existência de um sistema formal (que permite e delimitar o que é informal) e a existência de uma intencionalidade (explícita ou implícita) no sentido de concretizar objetivos específicos.

A existência simultânea dos setores formal e informal, em que o formal contribui para um nível de vida mais elevado e, por conseguinte, um nível superior de bem-estar levou alguns economistas, ao conceito de economia dual. Esta simultaneidade está frequentemente ligada a um mau funcionamento das organizações (Diniz, 2006).

Para Mendes (2012), citado em Dum (2014, p.19)

“As pessoas procuram mecanismos para conseguir fornecer bens e serviços ao mercado, tanto internamente, como no exterior, o que fez com esse setor crescesse rapidamente e atingisse uma diversificação apreciável, uma vez que os produtos transacionados são provenientes de diferentes fontes: da produção artesanal familiar, mercado oficial, setor industrial. Este mercado permite ao cidadão o acesso a bens e serviços essenciais que representa, ao mesmo tempo, o meio de sobrevivência para a maior parte da população e melhoria das condições de vida. Fornece uma contribuição para a criação de

emprego, revelando-se um terreno, de certa forma, propício para acumulação de capital, funcionando como um instrumento de distribuição de rendimentos”

2.5 Comércio Informal

Segundo Sarthi (1983) o comércio informal tem surgido como uma estratégia de sobrevivência para os mais desfavorecidos no sentido de gerar rendimentos. Podendo ser visto como uma consequência dos desequilíbrios, distorções ou ruturas dos mercados, ou até mesmo de políticas que não estão ajustadas à realidade e acaba por ter a finalidade de auxiliar a economia, mesmo no seu lado formal.

Já para Mosca (2009, p. 22) “Os poderes públicos têm permitido o comércio informal porque este assume a finalidade de reduzir a pobreza, gerar autoemprego e criar rendimentos que mascaram os sintomas mais perturbantes da pobreza e, em muitas situações, beneficiam as sub-elites e as burocracias intermédias, e acalmam eventuais manifestações e revoltas”.

De acordo com Piepoli (2006, p. 70) a participação das mulheres “também representa alterações significativas no papel do género na sociedade e na economia. De uma posição subalterna, dependente e sujeita às funções e ritos tradicionais, as mulheres, também através da economia informal (sobretudo no comércio), começaram a assumir um papel ativo e direto na integração do mercado das famílias e de afirmação pessoal, com a obtenção de rendimentos e geração de riqueza”.

Este processo, foi e é de rutura e, portanto, cria conflitos com reestruturações na divisão social do trabalho no seio das famílias e das comunidades e configura novas relações de poder entre o homem e a mulher (Mosca, 2009).

Segundo Lopes (2008) “no comércio informal praticam-se atividades comerciais realizadas, totalmente ou parcialmente, à margem do quadro legislativo e regulamentar que enquadra o seu exercício, o não cumprimento de diversas disposições legais é social e administrativamente tolerado; comércio ilegal - atividades comerciais não reconhecidas nem permitidas por parte dos poderes públicos, incluem-se nessa categoria o contrabando e o tráfico de produtos ilícitos”.

Por sua vez e de acordo com Dum (2014, p. 8) o comércio informal tem duas modalidades,” a do vendedor que vende nas ruas sem ter um posto fixo, mesmo que existem e causam poucos problemas (Tamayo, 2002), e a do comerciante que é a pessoa que utiliza as

vias públicas para realizar qualquer tipo de atividade de comércio, em postos fixos, semifixos e em forma ambulante. Está aqui patente o comércio ambulante e comerciante ambulante”.

2.6 Determinantes do Setor Informal

O objetivo de apresentar as principais linhas teóricas que estudam a economia informal é, também, procurar nas suas análises quais os fatores determinantes para explicar o seu surgimento.

Segundo Ribeiro (2000) citado por Pires & Macia (2009) os principais fatores que estão na origem do setor informal são:

➤ Carga tributária

As atividades do setor informal são consequência direta de altos níveis de impostos e de restrições governamentais sobre os negócios dos agentes económicos.

➤ Excesso de Regulamentos

O aumento de regulamentos reduz as escolhas individuais na economia formal. E o uso opressivo de regulamentos é caracterizado como um elemento-chave na carga imposta aos operadores para o mergulho na informalidade.

Sendo que este entendimento é o que se aproxima mais da realidade de Angola, visto que os operadores económicos informais simplesmente se pautam pela não declaração das suas atividades económicas informais.

➤ O mercado de trabalho

São vários os fatores que conduzem ao setor informal, que em muitos casos surge como alternativa de sobrevivência ou para satisfazer uma necessidade, um deles é o mercado de trabalho que cada vez menos emprega pessoas, porque requer mão de obra mais qualificada, existem casos de pessoas mais velhas optarem pela reforma antecipada porque se veem no desemprego, e no caso dos mais jovens o rendimento não sendo suficiente acabam por arranjar um segundo emprego, num outro horário que complemente a sua atividade, quase sempre no setor informal.

➤ **Outros fatores**

Cardoso (1995), citado em Chichava (1998), partindo de um diagnóstico sobre o setor informal em Angola, faz uma abordagem das causas do comércio informal tomando como base aspetos sociais, demográficos, económicos em que se destaca:

- Êxodo de comerciantes e da população do meio rural para os centros urbanos, ou seja, migração interna da população;
- Índice elevado do desemprego;
- Pobreza extrema da população;
- Contração da agricultura;
- Acentuado desequilíbrio entre oferta e a procura de bens e serviços;
- Desequilíbrio entre a distribuição geográfica de estabelecimentos comerciais e o crescimento demográfico da população;
- Ausência da política de investimentos, financiamentos e de incentivos para a criação de infraestruturas comerciais e do desenvolvimento do sector do comércio;
- Deficiente vocação, formação académica, profissional e técnico científico da maioria dos agentes económicos e de comerciantes;
- Sustento de famílias de pouca renda.

2.7 Métodos de medição da Economia Informal

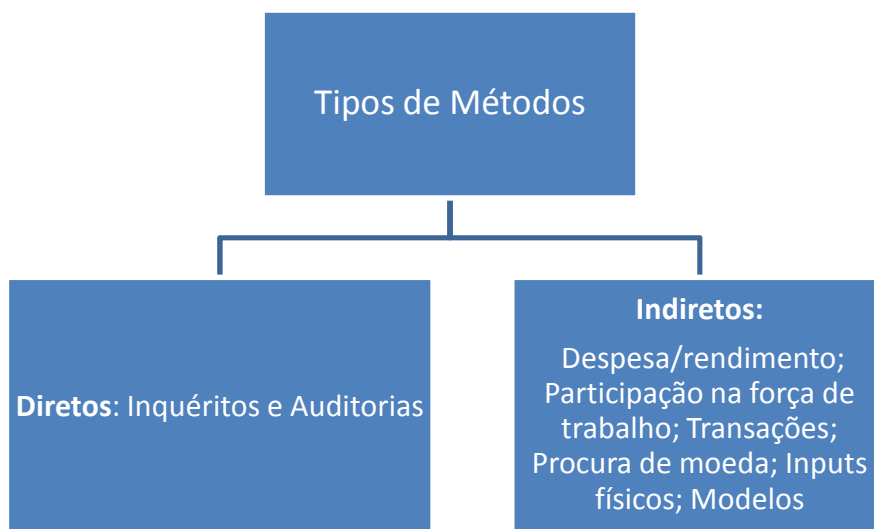
A literatura refere diversos métodos para quantificar a Economia Informal. Contudo, nenhum deles é capaz de medir eficazmente a sua dimensão. Deste modo é aconselhável quando possível, a utilização simultânea de mais do que um método parece recomendável, para verificar a consistência das estimativas obtidas.

A quantificação da extensão da economia informal, quer em termos do número de pessoas envolvidas nas atividades informais, quer no que diz respeito ao rendimento gerado, é um trabalho complexo e difícil. As causas para tal situação são diversas e têm a ver com o não registo destas atividades, os critérios que definem o formal e o informal ou ainda devido às diferentes classificações dos operadores.

Na apresentação dos métodos disponíveis para a quantificação da Economia Informal seguimos a sistematização propostas por Schneider e Klinglmair (2004), os autores mais

frequentemente citado nesta matéria, que começam por dividir os métodos em diretos e indiretos.

Figura 2 - Tipos de Métodos para Medir a Economia Informal



Fonte: Adaptado de CEGEA (2008)

De acordo com a CEGEA (2008, pp. 10-11)

“Os métodos diretos procuram medir diretamente a atividade informal juntos dos agentes económicos. O primeiro tipo de método direto consiste na realização de inquéritos de resposta voluntária geralmente junto dos agregados familiares, incluindo perguntas sobre a participação em atividades económicas informais ou sobre o rendimento obtido em atividades dessa natureza e o segundo tipo de método direto assenta na auditoria fiscal aos contribuintes que passa pelo total de montantes dos contribuintes onde se obtém uma estimativa da economia informal. Quanto aos métodos indiretos procuram deduzir a sua importância a partir dos indícios de determinadas variáveis macroeconómicas. Dada a dificuldade de medir diretamente a Economia Informal, os métodos indiretos têm sido os mais utilizados para a quantificar”.

2.8 Características Gerais da Informalidade

Segundo Todaro e Stephen (2003), citados por Pinto (2017, p. 7) “o setor informal caracteriza-se por um grande número de atividades de produção e serviços em pequena escala que são de propriedade individual ou familiar que utilizam tecnologia simples e mão-de-obra pouco qualificada”.

A OIT (2002), citada por Ponto (2017, p. 8), também aponta as seguintes características dos negócios informais:

“A facilidade de entrada no negócio, a dependência de recursos indígenas, a propriedade familiar de empresas ou atividades operadas pelo proprietário com poucos ou nenhum empregado, a

pequena escala de operação, o incentivo ao trabalho e tecnologia adaptativa, as competências adquiridas fora do sistema escolar normal, a não fixação da operação a instalações ou horário de trabalho, a inexistência de mercados organizados e/ou regulamentados e de instituições de crédito fazem parte das características do setor informal”

De acordo com o GDRC (2016), considerando as pessoas, as empresas envolvidas, o habitat e o crédito no setor informal, o emprego criado, as atividades desenvolvidas, o uso do solo e das habitações, dos mercados e do crédito”, podem ser descritos pelas seguintes características:

Quadro 1 - Características das pessoas envolvidas no setor informal

Características das pessoas envolvidas no setor informal
Ausência de proteção e reconhecimento oficiais;
Não cobertura pela legislação de salário mínimo e pelo sistema de segurança social;
Predominância de trabalho por conta própria e trabalho familiar;
Ausência de organização sindical;
Baixo rendimento e salários;
Pouca segurança no trabalho;
Nenhum benefício adicional proveniente de fontes institucionais.

Quadro 2 - Características das atividades do setor Informal

Características das atividades no Setor Informal
Mercados não regulamentados e competitivos;
Operação em pequena escala com propriedade individual ou familiar;
Facilidade de entrada;
Dependência dos recursos disponíveis localmente;
Propriedade familiar das empresas;
Tecnologia de mão-de-obra intensiva e adaptada;
Ausência de acesso ao crédito institucional ou outros apoios e proteções.

Também pode ser referido como característica dos negócios informais a utilização de terrenos públicos ou privados, de forma ilegal, bem como a utilização de locais sem condições adequadas ao comércio.

2.9 As diferenças entre mercado formal e informal

Como é referido por Afonso, Gonçalves e Ferreira (2015, p. 10) a informalidade pode funcionar como um “viveiro de projetos que potencialmente poderiam transitar para a formalidade quando devidamente tratados”.

A opção do empreendedor de formalizar ou não o seu negócio é pessoal, trata-se de uma decisão individual. Sendo assim, como referem Ferreira, Gonçalves e Afonso (2014) a

formalização da atividade informal é percebida como desejável, mas não a qualquer preço. Este ‘preço’ a pagar conduz-nos até aos obstáculos identificados anteriormente e que estabelecem a diferença entre a Formalidade e a Informalidade.

De acordo com Ferreira et al (2014, p. 43) isto não quer dizer “que exista uma determinação que obrigue à escolha da informalidade, mas sim que, em situações de crise, a economia informal apresenta uma vertente adaptativa, capaz de ir ao encontro das necessidades dos setores da população”.

Entrar na formalidade implica também saber se será possível cumprir com os prazos e as exigências legais, bem como assegurar um fluxo de rendimentos, com os quais se consiga fazer frente aos custos operacionais ou aos custos de investimentos. A transição tem de ser preparada de forma minuciosa e isso vai muito além da troca da etiqueta de informal pela de formal ou seja, existem parâmetros burocráticos inerentes à formalização, que passam pelo conjunto de processos administrativos e legais que devem ser assegurados para se operar de acordo com os regulamentos, encargos fiscais, e contornar a falta de conhecimento técnico que se torna necessário para efetuar a transição (Ferreira et al, 2014).

E tal como é referido por Oliveira e Simonetti (2010) a decisão de passar de um mercado para outro levanta algumas preocupações, resistência e até inseguranças no empreendedor.

Apresentamos no quadro seguinte as diferenças entre a economia informal e a economia formal, uma vez que existem diferenças de várias ordens.

Para Ernesto (2019, p. 10) “Sendo que os países que vivem o fenómeno da economia informal com grande expressão, como é o caso de Angola, enfrentam o problema da bipolaridade na organização, tanto no ciclo, como também no sistema económico. Por outras palavras, para um mesmo produto comercializado, há pelo menos dois mercados com regras de organização diferente e conceito de produto, preço e qualidade também diferentes”.

Quadro 3 - Diferenças entre a economia formal e a informal

Diferenças do ponto de vista:	Formal	Informal
Início de atividade	Dependentes de autorização oficial	Iniciativa própria
Organização	Sociedade legalmente constituída	Individual ou familiar, livre e flexível
Instalações	Obrigatórias	Geralmente inexistentes
Capital de Investimento	Elevado	Fraco
Tecnologia	Importada e de alto nível ou reproduzida localmente	Inexistente, primitiva ou adaptada
Classificação do trabalho	Reduzido em relação ao volume e ao valor da produção	Abundante e sem especialização
Salário e vínculo	Mediante contrato de trabalho segundo as normas legais	Acordos entre as pessoas e sem vínculos
Armazenamento	Grandes quantidades e em boa qualidade	Regra geral pequenas quantidades e com pouca qualidade
Preços	Tabelados oficialmente	Objeto de negociação
Crédito	Operações bancárias, empréstimos ou subsídios sociais	Pessoal ou familiar, recurso a instituições tradicionais (associações de poupanças e créditos)
Margem de lucros	Pequenas por unidade, mas altas pelo volume de negócios, capitalização	Elevado por unidade, mas pequena por volume de negócios, capitalização rara.
Contabilidade e Balanço	Ambas obrigatórias por lei	Inexistentes ou moldes muito rudimentares
Reciclagem de desperdícios	Raramente	Muito frequentes
Publicidade	Importante, por meios próprios ou mídia	De pessoa para pessoa, quando existe
Legalidade dos fornecedores de bens e serviços	Sociedades legalmente constituídas	Sociedades legalmente constituídas ou fornecedores ilegais
Dependência do exterior	Grande, com contratos	Inexistente

Fonte: Adaptado de Amaral (2005, p. 59)

2.10 A Informalidade em Angola

Segundo Chingala (2011), em Angola a economia informal tem-se tornado cada vez mais importante, permitindo o desenvolvimento de muitas famílias, garantindo o rendimento necessário à sua sobrevivência.

Os mercados em Luanda constituem, conjuntamente com a venda ambulante, um importante espaço onde muitos encontram o rendimento necessário à subsistência das suas famílias, uma vez que aí encontram uma ocupação lucrativa.

De acordo com Lopes (2008, p.65) “a rede de mercados de Luanda tem sofrido mutações significativas, não apenas no que se refere ao número de mercados operativos, à respetiva dimensão, às funções que desempenham no quadro da rede comercial e de prestação de serviços mercantis, mas também no que respeita às próprias características funcionais e organizativas dos mercados”

Para Lopes (2014, p. 8)

“Estes mercados desempenham um importante papel, também na distribuição dos produtos. Existe uma grande diversificação de produtos, que podem ter várias origens, como provir do setor oficial ou de produção familiar artesanal. Nos segmentos de atividade informal destacam-se como dominantes o comércio grossista e retalhista, mas existem outros segmentos como o transporte de mercadorias e passageiros, a prestação de serviços (trabalho doméstico), produção de bens alimentares, para além da prestação de serviços na agricultura, pesca e comércio de divisas. Apresentamos seguidamente os principais grupos correspondentes a essas atividades”.

Tipologias das atividades informais no contexto angolano

De acordo com a abordagem proposta por Capecchi (1989) podem ser identificadas as seguintes tipologias no contexto da economia Angolana:

- Economia informal de subsistência - atividades de produção e troca de bens e serviços realizadas no quadro da economia familiar, com finalidades de autoconsumo ou no âmbito das relações de reciprocidade e de solidariedade familiar e de vizinhança;
- Economia informal tradicional – conjunto de atividades que, à época colonial, já eram parcialmente praticadas com carácter informal, em espaços económicos bem delimitados.

- Economia informal de sobrevivência - atividades orientadas para a geração dos rendimentos indispensáveis à sobrevivência dos atores e dos respetivos agregados familiares
- Economia informal de rendimento - atividades orientadas para a geração de rendimentos, com finalidades de prover a satisfação das necessidades dos agregados familiares mas também de permitir a acumulação de riqueza e de capital (abrange as atividades realizadas a uma escala média e grande e contempla os sectores mais rentáveis da economia informal; o comércio retalhista, semi-grossista e grossista, o armazenamento, o transporte, a construção e a prestação de alguns tipos de serviços; fazem igualmente parte desta categoria algumas atividades associadas a práticas com comportamentos económicos ilegais, como por exemplo o comércio ilegal de divisas).

A seguir para melhor entendimento desse cenário luandense, apresentamos os principais agentes económicos informais identificados em Luanda por Lopes (2006).

➤ **Kinguilas e Doleiros**

O primeiro grupo é constituído pelas cambistas de rua, habitualmente denominadas por kinguilas.

De acordo com Lopes (2006, p 169) “esta palavra provém da língua kimbundu, significando esperar, estar à espera ou à espera de algo. A expressão passou a ser usada pelos luandenses para identificar as mulheres inseridas no comércio informal de divisas. O facto destas cambistas se estabelecerem preferencialmente nas esquinas da cidade, nas ombreiras e entradas dos prédios ou nas imediações dos mercados municipais e aglomerações de comércio de rua, fez com que passassem a ser designadas por kinguilas, ou seja, ‘as que esperam’”.

Concretamente, ‘Kinguilas e Doleiros’ são os indivíduos que se dedicam ao comércio de moeda estrangeira, como Dólares e Euros, trata-se de um mercado paralelo, que é considerado pelo Banco Nacional de Angola como ilegal, uma vez que a legislação impede o exercício desta atividade. As taxas praticadas são superiores à praticadas pelos agentes de detém a possibilidade de realizar esta atividade, como o Banco Central, os Bancos Comerciais e as Casas de Câmbio. (Lopes, 2006).

➤ **Zungueiras**

Num segundo grupo, temos as vendedeiras ambulantes, apelidadas por zungueiras. Assim como as quitandeiras e as baianas, as nossas contemporâneas zungueiras caracterizam o comércio de rua, sendo a sua principal estratégia o ato de circular na senda pelos clientes, como podemos observar na figura seguinte.

Figura 3 - Fotos das Zungueiras



Fonte: Foto de Wilson Bentos

Figura 4 - As Zungueiras a venderem fruta



Fonte: Foto tirada a pedido da investigadora por Wilson Luzendo

Figura 5 - As Zungueiras a vender pão e fruta



Fonte: Foto tirada a pedido da investigadora por Wilson Luzendo

O termo *zungueira* tem a sua origem etimológica na palavra *zunga*, outra expressão da língua nacional kimbundu que literalmente traduzida para o português significa circular, andar à volta, girar. Como se pode observar pelas fotos anteriores as Zungueiras circulam, parando de tempo a tempo, com as bacias com os produtos de dispõem para venda naquele dia.

De acordo com Lopes (2006, p. 176) trata-se de uma gíria utilizada pelos luandenses para designar os comerciantes de rua, particularmente os vendedores ambulantes.

“No exercício diário da sua atividade as zungueiras caminham a volta dos mercados e das estradas ou muitas ainda vendem de porta em porta, em instituições publica, com os seus produtos em cestos, banheiras ou simplesmente nas mãos. O fato dessa categoria ser apresentada como um dos segmentos com menor status socioeconómico dentro das atividades comerciais de rua pode ser questionado, na medida em que na sua atualidade , pelo seu dinamismo, muitas zungueiras conseguem obter o rendimento diário ou superior idêntico aos de mulheres e homens que exercem outra atividade, concorrendo para tal o tipo de produto comercializado bem como o volume de mercadoria que movimentam”.

Como é referido por Santos (2010, p. 90)

“As vendedoras ambulantes são retratadas pelos periódicos e pelos relatórios governamentais e internacionais como grupo de baixo status socioeconômico, porém, muitas vezes, conseguem alcançar rendimentos superiores aos outros setores, pois por circularem conseguem maior número de clientes e não necessitam pagar taxas de aluguel de bancas nos mercados, onde a concorrência é muito alta”.

Segundo Lopes (2006) a entrada de indivíduos do género masculino na Zunga é cada vez mais frequente, no entanto dedicam-se à venda de produtos diferentes. Normalmente estão a vender bens duradouros, como vestuário, medicamentos e produtos de bazar. No decorrer da investigação observamos a existência de materiais de construção e produtos de mecânica à venda por estes indivíduos.

➤ **Candongueiros**

De acordo com Lopes (2006) os candongueiros dedicam-se ao transporte público de passageiros na cidade de Luanda. A palavra candonga é de origem kimbundu que têm como significado ‘negócios ilegais e clandestinos.

➤ **Roboteiros**

Estes indivíduos dedicam-se ao transporte de mercadorias, servindo os comerciantes grossistas a levarem a mercadoria para o local onde serão vendidos. Segundo Lopes (2006) este transporte é realizado com a utilização de carrinhos de madeira ou lata, por vezes construídos pelos próprios.

2.11 Aspetos legais das atividades informais em Angola

Em qualquer país, o combate à Economia Informal faz parte da atividade diária da administração pública e em Angola não seria diferente. Por norma essa responsabilidade, é uma tarefa que reúne vários organismos públicos. Por estes motivos, não é fácil obter uma visão sistematizada das políticas públicas de um determinado país neste domínio.

Por outro lado, a transparência da administração, no que diz respeito à formulação das políticas e no acesso à informação, apresenta também grande variabilidade a nível internacional.

O governo de Angola com intuito de reverter o atual cenário da economia informal em Angola, juntamente com os seus parceiros privados têm lançado programas e instrumentos de intervenção política e financeira.

Existem um conjunto de normas nas quais as instituições governamentais se apoiam para incentivar a criação de micro e pequenos negócio, a esse respeito encontramos em anexo as Políticas e Instrumentos de Intervenção lançados pelo Governo para a conversão de economia Informal em Formal.

A par disso a Instituição responsável pela Administração Local a nível da cidade de Luanda – GPL (Governo Provincial de Angola), recorre com frequência à Lei das Transgressões Administrativas – Lei nº 12/11, publicada no Diário da República I série – nº 31, de 16 de fevereiro, aprovada pela Assembleia Nacional da República de Angola. Sempre que considera que exista uma ação de negligência que viole a ordem pública ou que coloquem em perigo a saúde e o bem-estar geral da população, bem como a imagem e a segurança dos espaços públicos.

Aproveitamos para transcrever os artigos relevantes nesta matéria:

Artigo 6º - Transgressão contra a ordem, sossego e tranquilidade pública: comete uma transgressão aquele proceder a venda de bens fora dos locais autorizados [alínea e)];

Artigo 7º - Transgressão contra a segurança de pessoas e bens: comete uma transgressão todo aquele que obstruir os locais de passagem ou a via publica com objetos que impeçam e dificultem o trânsito de pessoas e veículos [alínea b)];

Artigo 10º - Transgressões contra a higiene e saúde públicas: Comete uma transgressão quem despejar, guardar ou amontoar entulhos, lixo, água suja produtos poluentes ou outros resíduos da mesma natureza, na via pública, pátios, jardins interiores, rios, praias, águas territoriais ou qualquer outro lugar não apropriado [alínea b)].

A regulamentação da venda ambulante é feita pelo Decreto Executivo nº 48, publicado no Diário da República I Série nº 22, de 2 de junho, que apresentamos em anexo.

3. Informalidade enquanto instrumento de gestão estratégica

3.1 Conceito de gestão estratégica

A gestão estratégica é um processo no qual a organização ou o indivíduo analisa recolhe e assimila a informação do seu ambiente interno e externo, estabelece direções estratégicas, cria estratégias no sentido de atingir os objetivos que se querem alcançar.

A estratégia³ está relacionada com a sobrevivência ou ao êxito, por isso desenvolver uma gestão estratégica significa, tomar medidas para garantir que haja uma preparação para enfrentar situações inesperadas, que podem ocorrer no ambiente envolvente, tirado partido das oportunidades que vão surgindo, mas também para sobreviver aos grandes embates que o ambiente possa gerar.

Segundo Medina e Gil (2010 p. 14) “ a estratégia pode ser definida como a “ação racional de um ator, na escolha de recursos alternativos pela sua adequação a objetivos futuros Para constituir uma estratégia assumem-se como requisitos a existência de recursos táticos, de objetivos estratégicos a longo prazo e previamente definidos, a existência de um contexto incerto e a presença e interação de outros atores estratégicos externos”.

Para Carvalho e Filipe (2014) a estratégia é o domínio da gestão que integra todos os conhecimentos, competências e aptidões que o gestor necessita para assegurar a sobrevivência das empresas de um modo sustentável, quando se depara com um ambiente de rivalidades e de competência de modo frequente. A ação do pensamento estratégico do gestor traduz se numa vertente operacional, quando é realizado e convertido num Planeamento Estratégico.

Por seu turno, a gestão é um processo de coordenação e integração de atividades, através do planeamento, organização, direção e controlo, para assegurar a consecução dos objetivos que foram definidos, por isso o papel dos gestores passa por procurar antecipar as ameaças e oportunidades e criar nas respetivas organizações, as condições que lhe permitam tirar o melhor partido das mesma.

Thompson Jr e Strickland III (2000), citados em Astuto (2013, p. 17) definem estratégia como sendo um “conjunto de mudanças competitivas e abordagens comerciais que

³ Ao referir Estratégia, devemos recordar as palavras de Michael Porter (1985) e o seu Modelo de Estratégia Competitivas.

os gestores executam para atingir o melhor desempenho da empresa. (...) é o planeamento (...) para reforçar a posição da organização no mercado, promover a satisfação dos clientes e atingir os objetivos de desempenho”.

Para acompanhar o empreendedor no desenvolvimento da sua estratégia existem os chamados instrumentos de gestão. De acordo com Kaplan e Norton (2008, p. 25) “os instrumentos de gestão são procedimentos ou ferramentas para apoio às atividades de planeamento, organização, direção e controlo de gestão. As organizações utilizam diversos instrumentos de gestão para desenvolver a estratégia e operacionalizar a sua gestão, no entanto existem poucas teorias ou estruturas que definam como estas ferramentas devem trabalhar em conjunto, num sistema coerente para potenciar a melhoria operacional”.

3.2 Elaboração de uma estratégia

Em Angola, os agentes económicos que atuam na economia informal são reconhecidos como pequenos empresários, isto porque empreender significa qualificar ou especificar ou aquele indivíduo que detém uma forma especial e inovadora de se dedicar às atividades, principalmente, na geração de riquezas e de emprego.

O tipo de empreendedorismo das zungueiras é diferente do convencional, porque está ligado à informalidade, não é uma modalidade de empreendedorismo social, com aceitação e promovida pelos poderes públicos e sim um empreendedorismo da oportunidade associado a necessidade (Hespanha, 2009).

Esta noção baseia-se na criação de valor/maximização do lucro mediante a deteção de oportunidades de negócio, com a importância focada à inovação e às ferramentas tradicionais do mundo da gestão, com inclinação pela incerteza e pelo risco (Fernandes, 2013). Refere-se também ao desenvolvimento do autoemprego num sentido cooperativo e de autogestão.

As Zungueiras são as principais responsáveis pelo sustento da família e são também, ao mesmo tempo, as que têm menos oportunidades no mercado de trabalho de Angola. Por isso continuam a ser elas a maioria nesta atividade informal.

Mas para as mulheres do mercado informal atingirem os rendimentos que precisam para o sustento das suas famílias ou até para garantir uma melhoria de desempenho nas suas funções é importante ter a capacidade de planificação e de gestão de estratégias do negócio.

A utilização destes instrumentos melhora o desempenho e traz eficiência nas atividades diárias porque permitem controlar e avaliar as falhas, uma vez que a estratégia é baseada num planeamento que tem em consideração diferentes cenários, que vão do otimista ao pessimista.

As nossas palavras são apoiadas em Lacombe (2009, p.70), uma vez que este autor considera que “o planeamento é um poderoso instrumento de intervenção na realidade e que, se bem utilizado, constitui uma ferramenta fundamental para o desenvolvimento de um negócio”.

Também, de acordo com Lacombe (2009, p. 28) “o planeamento é a determinação da direção a ser seguida para se alcançar um resultado desejado. É a determinação consciente de cursos de ação e engloba decisões com base em objetivos, em factos e estimativa do que ocorreria em cada alternativa disponível”.

Quadro 4 - Elementos da Estratégia

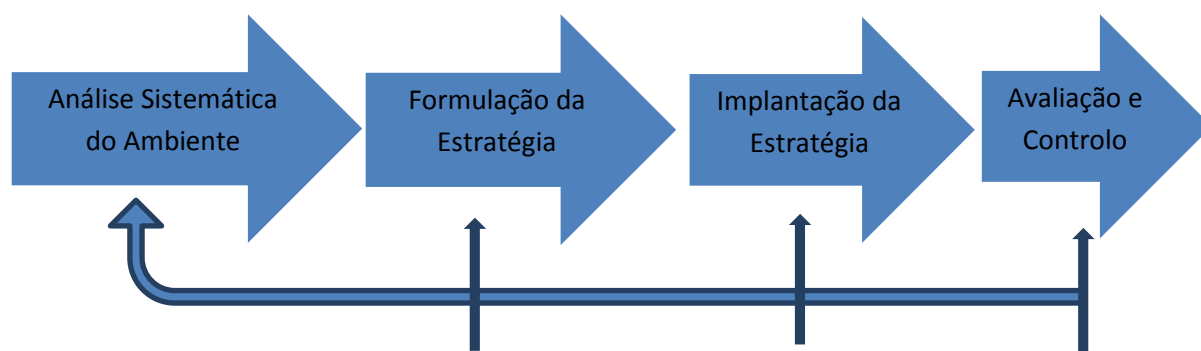
Elementos da Estratégia	Descrição
Análise Sistemática Ambiental	Corresponde ao monitoramento e a avaliação do ambiente externo e interno, e a disseminação das informações para pessoas chave da corporação. O Ambiente Externo consiste em variáveis (oportunidades e ameaças) que estão fora da organização.
Formulação da Estratégia	é o desenvolvimento de planos de longo prazo para a gestão eficaz de oportunidades e ameaças ambientais, levando em consideração as forças e fraquezas da organização. Inclui definir a visão, missão da organização, avaliação e controlo, especificar os objetivos atingíveis, desenvolver estratégias e estabelecer as linhas mestras das políticas e metas a alcançar.
Implementação da Estratégia	é o processo pelo qual as estratégias e políticas são colocadas em ação com base no desenvolvimento de programas, em orçamentos e procedimentos. Como é evidente, a formulação duma estratégia não implica que esta seja realizada. A implementação da estratégia é o processo de transformar as estratégias pretendidas em estratégias realizadas, e composta por: integração, estrutura organizacional, controlo e liderança.
Avaliação e Controlo	o processo pelo qual as atividades organizativas e os resultados de desempenho são monitorizados de modo que o desempenho real possa ser comparado ao desempenho projetado.

Fonte: Adaptado de Hunger & Wheelen (2002)

A gestão estratégica é composta por quatro elementos básicos, que se alimentam em sistema de feedback, como podemos ver na figura seguinte e que descrevemos nos quadros anterior.

Na figura seguinte podemos observar o modo como estes elementos interagem entre si.

Figura 6 - Elementos da Estratégia



Fonte: Adaptado de Hunger & Wheelen (2002)

Na elaboração de uma estratégia devemos refletir sobre um conjunto de questões, conforme podemos observar no quadro seguinte:

Quadro 5 - Principais questões na elaboração de uma estratégia

Questões a ter em conta na elaboração de uma estratégia	
Em que negócio estamos inseridos? Porque estamos neste negócio? Qual vai ser a nossa vantagem concorrencial sustentável? Qual será a nossa competência distintiva? Quais as finalidades estratégicas da nossa organização?	

De acordo com Afrânio (2009), citado por Quintas (2013, p. 30) qualquer negócio, independente da sua dimensão, do seu carácter formal ou informal deve ter subjacente um Plano de Negócio. Neste sentido apresenta seis etapas na identificação de oportunidades de negócio, conforme podemos observar no quadro seguinte:

Quadro 6 - Identificação de uma oportunidade de negócio

Etapas na identificação de uma oportunidade de negócio	
(1) Procurar necessidades	A forma mais fácil de identificar uma oportunidade de negócio é observar, ouvir e conversar com os consumidores.
(2) Encontrar deficiências	Analisar e testar os produtos ou tecnologias existentes, identificando problemas e procurando descobrir como pode ser melhorado.

(3) Oportunidade na ocupação atual	O trabalhador que desempenha uma determinada atividade numa empresa pode considerar que sabe e que pode fazer esse negócio melhor do que o seu empregador, procurando explorar essa oportunidade de negócio.
(4) Identificar outras aplicações para o negócio	Identificar um negócio que possa ser aplicado em outros sectores trazendo novas soluções. Inovações de outras indústrias podem ser aplicadas em outros domínios e sectores.
(5) Negócio a partir de um Hobby	Criar um negócio explorando um hobby da pessoa, desde que haja outras pessoas com o mesmo passatempo
(6) Imitar o sucesso dos outros	Estudar o negócio que se procura imitar a fim de introduzir melhorias para se poder diferenciar.

Fonte: Adaptado de Afrânio (2009)

3.3 Estratégias de sobrevivência

Em situações de carência e privação as Zungueiras e alguns grupos sociais adotam um conjunto de estratégias para a satisfação das necessidades e prover o sustento familiar, especialmente, por não conseguirem um rendimento fixo ou o acesso a recursos. As estratégias surgem como uma solução imediata à precariedade e pobreza, na ausência de políticas sociais de emprego, saúde e educação entre outras do governo.

Segundo Ferreira, Gonçalves & Afonso (2014, p.62), A proteção “no âmbito da informalidade, dependerá da capacidade do indivíduo para mobilizar as suas redes familiares, de amizade e de vizinhança para confrontar riscos e conjunturas de inatividade. Depende, pois, da reciprocidade, da confiança, do fortalecimento do laço social e do vigor da sociedade-providência”.

De acordo com Costa e Rodrigues (2001), citadas por Sousa (2014, p. 21) o conceito de estratégia de sobrevivência é “geralmente aplicado nas descrições referentes ao quotidiano das populações de países africanos, indicando as diligências realizadas para a obtenção do sustento diário”.

Para Carvalho (2008), citado por Sousa (2014, p. 21), “existem uma série de fatores que determinam as estratégias a adotar, tais como: a oportunidade que o meio oferece em termos de bens e serviços; os meios financeiros disponíveis para montar um negócio; grau de

instrução e qualificação profissional dos indivíduos; aptidão física e disponibilidade de tempo”.

Costa e Rodrigues (2001), também citadas por Sousa (2014, p. 21), consideram que “as atividades económicas do tipo informal são associadas para a reprodução e para a promoção do grupo familiar, cuja dispersão implica um conjunto de práticas que integram atividades económicas, redes de solidariedade e outras formas de obtenção de recursos, de forma a potenciar as possibilidades de sobrevivência”.

Para enfrentar este fenómeno de subsistência no mercado informal é importante que as pessoas se organizem em associações que possam permitir o cooperativismo nas suas ações.

Foi assim que surgiu o “Kixikila”, onde um grupo de pessoas decidiram depositar o seu rendimento mensal para no final do ano dividirem os rendimentos em que cada uma beneficia dos depósitos de grupos, assim neste ciclo todas acabam por se beneficiar, foi uma das várias constatações que podemos observar no mercado de São Paulo.

Sendo a sua base de funcionamento o cooperativismo. Neste sentido, Arcanjo e Marques (2012, p.2) referem que o cooperativismo surgiu como uma estratégia de enfrentamento dos problemas sociais gerados por uma economia individualista, apoiada na cooperação entre os trabalhadores. “O cooperativismo é um movimento económico e social em que a cooperação se baseia na participação dos associados, nas atividades económicas com vistas a atingir o bem comum e promover uma reforma social dentro do capitalismo”. E conforme o conceito apresentado no Congresso Centenário da Aliança Cooperativista Internacional, em 1995, em Manchester, na Inglaterra, cooperativa é uma associação autónoma de pessoas que se unem, voluntariamente, para satisfazer aspirações e necessidades económicas, sociais e culturais comuns, por meio de uma empresa de propriedade coletiva.

Como é referido por Quintas (2013, p. 76)

“O associativismo em Angola é ainda um problema devido à burocracia para se criar uma associação e ao individualismo das pessoas nos dias de hoje. No mercado informal existe um nível de organização que ainda não é legal. Existem conjuntos de pessoas que se assumem como um grupo, fundamentalmente, quando vendem os mesmos produtos e vivem no mesmo bairro ou comercializam no mesmo sítio, no fundo essa associação acaba por estabelecer elos de ligação entre as Zungueiras, por sentirem que vivem as mesmas situações e compartilham os meus sentimentos e as mesmas expectativas”.

Como realçam Lopes e Feliciano (2008, p. 26), “a maior parte dos trabalhadores, tanto da economia formal como informal, dependem substancialmente das suas redes familiares ou comunitárias, contra os riscos e carências, estabelecidas, sobretudo, com base na proximidade e na confiança”.

De acordo com Sousa (2014, p. 23) “Em síntese, as várias formas de relações sociais dizem respeito a um conjunto de laços, apoios, incentivos e contactos que podem ser identificados como laços familiares e de amizades ou ainda contactos mais pontuais e funcionais, uma vez que estão sempre juntas. As características típicas da economia informal (relação tensa com as autoridades, fraco ou nenhum apoio institucional e deficiente regulamentação) proporcionam condições para que os seus as Zungueiras ou os outros agentes informais criem algum tipo de redes sociais de apoio, para se sentirem amparados, mesmo que tenham pouca visibilidade ou nenhum valor jurídico”.

4. Metodologia

De acordo com Minayo (2006), Citado por Quintas (2013, p. 44)

“Para a realização de uma pesquisa deve respeitar-se os fenómenos humanos, que nem sempre são explicados e que podem ser objeto de análise. O trabalho de pesquisa que deve ser devidamente planificado e executado dentro das regras requeridas por cada método de investigação, sendo as opções mais comuns as técnicas quantitativas, qualitativas (entrevista estruturadas, estudo de caso) e análise de conteúdos. Ao planear a investigação pode utilizar-se uma abordagem quantitativa, qualitativa ou mista”.

Gil (2008) sugere uma abordagem mista, onde fundimos os métodos quantitativos e qualitativos, fazendo a sua aplicação nos diferentes momentos de uma investigação. Esta estratégia pode permitir uma melhor clareza da realidade, pode de igual modo evitar atitudes reducionistas, posturas ideológicas e contradição entre diferentes perspetivas. Apesar disso, segundo (Serrano, 2004, p.203) salvaguarda que “a natureza, a temática e o dinamismo de uma investigação pode exigir uma opção mais definida por uma das abordagens e isso não significa uma rutura com a outra”.

O desenvolvimento de uma investigação, que se inicia com a problemática a investigar, segue para o traçado de um plano de investigação, que tem como objetivo criar um fio condutor para a mesma. Contudo, o processo decisional, das etapas seguintes deverá permanecer flexível.

Com base em Gil (2008) a investigação exploratória permite-nos obter um primeiro contacto com a realidade do objeto em estudo. Para o autor, a investigação exploratória caracteriza-se pela sua flexibilidade e versatilidade em relação aos outros métodos de pesquisa, principalmente, os quantitativos. Este tipo de pesquisa é baseado em pequenas amostras que proporcionam perceções e compreensão do contexto do problema, tendo como vantagens a sua postura informal na obtenção de informações, também trabalha com um baixo volume de dados, além de proporcionar ao pesquisador liberdade para analisar o contexto social e dali retirar os seus pareceres. A razão de não conhecermos com profundidade as Zungueiras que iríamos entrevistar, levou-nos a escolher este método que nos ajudou a compreender o comportamento das zungueiras que será o objeto deste estudo.

As Zungueiras, como referimos anteriormente são mulheres que vendem os seus produtos em bacias, perto dos principais mercados de Luanda e partindo do princípio de que o

objetivo geral deste trabalho era o de analisar o comportamento das Zungueiras no mercado informal de São Paulo em Luanda e ainda, compreender de que forma a atuação das zungueiras, contribui para a sobrevivência das suas famílias, depois da revisão de literatura, iniciamos a descrição da metodologia adotada.

Chegados a esse ponto, optamos por seguir através de um estudo de caso, uma vez que nas palavras de Sousa (2005, pp. 137-138) “o estudo de um caso visa essencialmente a compreensão do comportamento de um sujeito, de um dado acontecimento, ou de um grupo de sujeitos ou de uma instituição, contextual específica, que é o seu ambiente natural”.

De acordo com Yin (2010), citado por Ventura (2007, p. 384) um estudo de caso “representa uma investigação empírica e compreende um método abrangente, com a lógica do planeamento, da coleta e da análise de dados. Pode incluir tanto estudos de caso único quanto múltiplos, assim como abordagens quantitativas e qualitativas de pesquisa”.

E tal como é avançado por Gil (1995), citado por Ventura (2007, p. 385) o estudo de caso “não aceita um roteiro rígido para a sua delimitação, mas é possível definir quatro fases que mostram o seu delineamento: a) delimitação da unidade-caso, b) coleta de dados; c) seleção, análise e interpretação dos dados; d) elaboração de um relatório”.

O que também é justificado por Pardal e Lopes (2011, p. 33), pois estes autores apresentam um estudo de caso como um modelo de análise intensiva de uma situação ou caso específico, com um modo flexível no que diz respeito ao recurso a técnicas, pois “permite a recolha de informação diversificada a respeito da situação em análise, viabilizando o seu conhecimento e caracterização”.

Conforme é afirmado por Yin (2010), citado por Santos (2011, p. 342) “o estudo de caso é aplicado com o objetivo de se compreender os diferentes fenómenos sociais, em que não há uma definição substancial sobre os limites entre o fenómeno e o contexto”. O mesmo autor aponta para algumas limitações inerentes a esse tipo de metodologia, como o rigor, a impossibilidade de generalização e ainda a utilização de demasiado tempo, quando comparado com outras metodologias, o que na prática correspondem a desvantagem da utilização do estudo de caso.

Somos também alertados por Yin (2010) para o facto de que um estudo de caso não poder ser exclusivamente qualitativo, devendo envolver também metodologias do tipo quantitativo.

Para Freixo (2011, p. 111) “o conhecimento originado através de um estudo de caso pode resultar de uma perspetiva interpretativa, segundo a qual se procura compreender o

objeto de estudo do ponto de vista dos participantes, ou de uma perspectiva pragmática, através da qual se procura transmitir uma ideia geral do objeto de estudo, do ponto de vista do investigador”.

Em relação do tipo de metodologia utilizada para a obtenção de dados, o mesmo autor refere que “o estudo de caso é tendencialmente enquadrado no âmbito das estratégias de investigação qualitativas, apresentando uma natureza essencialmente empírica e descritiva. No entanto, não tem de ter uma índole puramente descritiva, considerando-se que nas circunstâncias em que tal acontece, a sua validade externa é reduzida”. (p.110)

A vantagem do estudo de caso é a sua aplicabilidade a situações contemporâneas e que envolvem contextos reais dos humanos.

Outra vantagem, é que o estudo de caso possui uma dupla vertente: por um lado, é uma modalidade de investigação apropriada para estudos exploratórios que tem, sobretudo, como objetivo a descrição de uma situação, a explicação de resultados a partir de uma teoria, a identificação das relações entre causas e efeitos ou a validação de teorias (Serrano, 2004).

Mas, por outro lado permite ilustrar e analisar uma dada situação real e fomentar a discussão e a tomada de decisões, convenientes, para mudar ou alterar cenários.

Assim os sujeitos do contexto que tornam possível o presente estudo de caso são: as Zungueiras, escolhidas de modo não aleatório, por conveniência, baseadas na intenção de participar do estudo e gravar o depoimento ou responder ao questionário.

4.1 A Investigação e as suas questões

A presente investigação será realizada no Mercado de São Paulo em Luanda. Nesta investigação pretendemos perceber de que forma a atividade das Zungueiras contribui para a sobrevivência das suas famílias, em que consiste esta atividade, quais as suas dificuldades e perspectivas de futuro.

O mercado de São Paulo está localizado na rua N´Gola Kiluanji, serve a população do Município de Sambizanga, que se estima seja de 600 mil habitantes. O mercado propriamente dito tem uma área de 7 mil m² e possui duas camaras frigoríficas, água, eletricidade fornecida por um gerador, casas de banho, dois escritórios para a administração, um restaurante e ainda quatro armazéns.

Na figura seguinte apresentamos a localização do mercado de São Paulo em Luanda.

Figura 7 - Localização do Mercado de São Paulo em Luanda



Fonte: : <https://www.google.com/maps/place/Mercado+S.+Paulo/@-8.8152842,13.2486657,14z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x5bfc181fd3c2db91!8m2!3d-8.8152849!4d13.2574201>

A administração do mercado é feita pelo administrador e pelo vice administrador. De acordo com este último (Patrick Augusto Rodrigues) não existe um registo exato do número de vendedores o que se deve ao facto do mercado estar em obras. As obras incluíram a construção de alpendres e bancadas para a exposição e venda dos produtos, que totalizam 726 postos de venda. Cerca de metade destes postos é ocupado por Zungueiras, mas não é possível determinar o número exato, porque o mercado é aberto e todos os dias surgem novos vendedores, que tanto podem estar dentro como fora do mercado, nos passeios e nas bermas das estradas.

Os setores mais rentáveis são o da venda de materiais de construção, de bens alimentares (frescos) e produtos de beleza. A maioria das vendedoras dedicam-se ao comércio dos bens alimentares.

Os produtos chegam ao mercado em camiões frigoríficos adequados ao transporte deste tipo de produtos, já devidamente acondicionados em caixas e/ou sacos com várias dosagens. As zungueiras que se abastecem diariamente no interior do mercado compram os

produtos agrícolas e outras mercadorias diretamente aos fornecedores, para depois as revenderem a retalho para os outros comerciantes. Outras Zungueiras adquirem os seus produtos em armazéns, supermercados ou tratam-se de produtos confeccionados pelas próprias. As Zungueiras de produtos frescos obedecem às práticas utilizadas pelos vendedores de produtos agrícolas.

O mercado funciona como um mercado grossista na medida em que abastece os outros mercados de pequena dimensão espalhados pela capital do país. Foi criado com o objetivo de alocar os vendedores vindos do Mercado da Estalagem e diminuir o fluxo de vendedores ambulantes que circulavam nas ruas da capital. O mercado está aberto no período compreendido entre as 5 horas da manhã as 19 horas, de terça-feira a domingo.

Sendo o nosso objetivo o estudo das zungueiras que exercem atividade no mercado de São Paulo foram desenhadas as seguintes hipóteses de investigação:

Quadro 7 - Hipóteses de Investigação

Nº	Hipóteses de investigação
1	As mulheres mais jovens são as que se consideram empreendedoras
2	O nível de escolaridade influencia o grau de conhecimento sobre os instrumentos de gestão
3	A idade influencia o grau de conhecimento sobre os instrumentos de gestão
4	As mulheres que trabalham há mais tempo na Zunga possuem maior diversidade de produtos à venda
5	As mulheres que trabalham há mais anos na Zunga são as que fazem algum tipo de gestão
6	O rendimento diário é igual para todos os estados civis das Zungueiras
7	As mulheres mais jovens são as que apresentam maior tendência para sair do trabalho informal e encontrar um trabalho na economia formal

Fonte: a autora

4.2 Instrumentos de recolha de dados

Ao optar por uma abordagem qualitativa ponderou-se a utilização de diferentes instrumentos de recolha de dados, tendo em consideração as palavras de Vilelas (2009) que referem que a utilização de uma multiplicidade de fontes e de instrumentos é uma vantagem.

Assim usaremos três instrumentos de recolha de informação: a observação direta, o inquérito por entrevista e o inquérito por questionário, que descreveremos a seguir.

De acordo com Freixo (2011, p. 197) “A observação direta é caracterizada pela integração do investigador no ambiente em estudo, quer seja pela via de uma incorporação natural (quando o investigador já faz parte do grupo) ou, no caso contrário, de modo artificial. Neste caso o investigador vive a situação em estudo por dentro, sendo-lhe assim possível conhecê-la de forma mais precisa e profunda”.

A observação direta permitiu perceber o ‘modus operandis’ das Zungueiras, isto é, o seu comportamento face aos clientes, o tipo de produto vendido e as condições de trabalho que enfrentam diariamente.

Máximo-Esteves (2008), define entrevista como uma conversa intencional e orientada, com um determinado objetivo, que normalmente implica uma relação pessoal, durante a qual cada uma das partes desempenha um papel fixo: o entrevistador pergunta e o entrevistado responde. Neste estudo optamos por realizar uma entrevista semiestruturada às Zungueiras, que foram entrevistadas no contexto do seu quotidiano, com uma linguagem simples, com questões curtas e acessíveis. Ao elaborar o guião tivemos em atenção o objetivo que nos movia, identificar o comportamento das Zungueiras e a sua importância para a sobrevivência das suas famílias.

Apresentamos de seguida o guião:

Quadro 8 - Guião das Entrevistas

Guião das entrevistas
1. Há quanto tempo você é Zungueira? 2. Quantos filhos têm? O que eles fazem agora? 3. É casada? 4. Quem mora com você? 5. Quem sustenta a tua família? 6. Essa atividade é difícil? Em que consiste a sua atividade? 7. Quais são as dificuldades? 8. Você gosta do que faz? Porque razão exerce essa atividade? 9. Teve oportunidade de estudar? 10. Se pudesse você largava a Zunga? Porquê?

Fonte: a autora

Conjugando a observação direta com as entrevistas foi possível construir o questionário. Para Pardal e Lopes (2011, p. 74) o questionário é um instrumento de recolha de informação “suscetível de ser administrado a uma amostra lata do universo (...), é barato; garante, em princípio o anonimato, condição necessária para a autenticidade das respostas.

Não sendo possível a obtenção de uma amostra muito lata, no presente estudo de caso, este instrumento foi considerado uma boa opção, por motivos de gestão de tempo da investigadora.

O questionário foi elaborado por nós, é composto por 32 questões, sendo que tivemos a preocupação que não fosse demasiado extenso para não prejudicar a atividade das inquiridas, uma vez que estaríamos a recolher a informação durante a sua atividade de Zunga. Apresenta-se dividido em quatro partes, na primeira delas tivemos como objetivo a caracterização sociodemográfica de cada uma das Zungueiras. Para isso colocamos as seguintes questões.

Quadro 9 - Questões sociodemográficas

Questões sociodemográficas
1. Género
2. Idade
3. Número de filhos
4. Estado civil
5. Número de indivíduos do agregado familiar
6. Nível de escolaridade

Fonte: a autora

Na segunda parte tivemos a intenção de recolher informações gerais sobre a atividade na Zunga, para isso colocamos as seguintes questões:

Quadro 10 - Questões sobre as características das Zungueiras

Questões sobre as características das Zungueiras
7. Há quanto tempo trabalha com Zungueira?
8. Porque razão exerce essa atividade?
9. Que tipo de produtos comercializa?
10. Quantos tipos de produtos comercializa?
11. Quais os locais de aquisição dos produtos que comercializa?
12. Quanto ganha por dia?
13. Quantas horas trabalha por dia?
14. Tem dependentes financeiros?
15. Que tipo de relação têm com os seus dependentes financeiros?
16. Quem custeia as despesas da casa?
17. A atividade informal tem contribuído para garantir o sustento do seu agregado familiar?
18. Com o rendimento que ganha consegue cobrir as despesas da casa?
19. Quais os principais benefícios da atividade da Zungueira?

Fonte: a autora

A terceira parte continha questões sobre a gestão dos negócios, sendo composta pelas cinco questões que apresentamos abaixo.

Quadro 11 - Questões sobre a gestão do negócio

Questões sobre a gestão do negócio
20. Considera-se uma empreendedora?
21. Reconhece os principais instrumentos de gestão?
22. Faz algum tipo de gestão ou tem algum plano de gestão de negócios?
23. Participa em algum tipo de corporativa ou grupo solidário?
24. Qual a sua estratégia de sobrevivência?

Fonte: a autora

A quarta parte do questionário envolveu questões sobre a valorização do trabalho das Zungueiras pela sociedade e é composta por 8 questões que apresentamos de seguida.

Quadro 12 - Questões sobre a valorização pela sociedade e sobre o futuro da Zunga

Questões sobre a valorização pela sociedade
25. Sente que o seu trabalho é valorizado pela sociedade?
26. Qual o nível de dificuldade do trabalho informal?
27. Quais são as principais dificuldades sentidas?
28. Indique a qualidade das infraestruturas existentes.
29. Qual a sua intenção em relação a um emprego no futuro?
30. Tem noção das medidas de proteção do meio ambiente?
31. Como avalia o papel do governo na solução dos problemas das práticas informais
32. Na sua opinião a Zunga estará para acabar?

Fonte: a autora

4.3 População, Recolha e Tratamento de dados

Para Fortin (2003, p. 202) “a População, em contexto de investigação, significa o conjunto de elementos (indivíduos, pessoas, grupos, objetos, etc.) que se pretende estudar. É importante fazermos a distinção entre população alvo e população acessível, a primeira traduz-se no conjunto de elementos tem determinadas características em comum que o investigador pretende estudar e a partir da qual faz generalizações; a segunda, a acessível, é a parte da população alvo que está ao alcance do investigador por uma qualquer razão ou limitação de ordem prática, geográfica ou outra”.

Como já foi referido a população selecionada corresponde às Zungueiras que exercem a sua atividade no mercado de São Paulo em Luanda, estimando-se a existência de 400 Zungueiras.

A observação direta e as entrevistas foram realizadas em fevereiro de 2019 e os inquéritos em março do mesmo ano. A amostra final é composta por 162 inquéritos validados. O tratamento de dados foi realizado através do software SPSS (Statistic Package for Social Sciences, versão 25.0)

As potencialidades do SPSS Statistics incluem a construção e validação de bases de dados, a exploração e a síntese da informação disponível (elaboração de tabelas e gráficos), e o aprofundamento da análise dos dados, quer através do recurso à estatística descritiva, quer através da realização de testes paramétricos e não paramétricos como foi no nosso caso de estudo.

5. Análise de Resultados

5.1 Análise das entrevistas

Iniciamos a análise de resultados pela análise às 15 entrevistas realizadas às Zungueiras, como foi referido anteriormente, para além de obtermos informações sobre o quotidiano destas mulheres, procurávamos pistas para a construção do inquérito.

Em primeiro lugar há que referir que o objetivo das entrevistas foi explorar ao máximo o quotidiano e os aspetos das vidas das Zungueiras, no entanto, podemos desde já afirmar que não é uma tarefa fácil, pois não existe uma tipologia típica destas vendedoras, as características variam de zungueira para Zungueira, dependendo das suas necessidades, opções de vida, objetivos e ambições.

Pela observação direta percebemos que estas vendedoras adquirem os seus produtos no interior do mercado de São Paulo, mas também compram em supermercados e armazéns. Para o financiamento do seu negócio, que corresponde na venda a grosso para distribuir pelos clientes, na maior parte retalhistas, as Zungueiras utilizam a Kixikila – corresponde a uma prática muito utilizada em Angola de obtenção de microcrédito. Esta prática é resultante dos laços de solidariedade entre as Zungueiras e apresenta-se como forte indicador de redes de poupança, se tivermos em conta que é com o dinheiro adquirido a partir desta prática que elas conseguem incrementar os seus negócios e arcar com as despesas de casa, a educação com os filhos, os cuidados com a saúde, ou ainda garantir dinheiro e o transporte de casa para o posto de trabalho, uma vez que na sua maioria não dependem de um salário mensal.

Também recorrem às Kínguilas, por vezes, exercem a função de credoras. Concedem empréstimos àqueles clientes mais confiáveis, cobrando uma taxa de juro que pode chegar a 50% do valor concedido. As zungueiras, por sua vez, concedem aos seus clientes o Kilapi, que é a venda a crédito.

Observando a composição sociodemográfica das comerciantes entrevistadas e fazendo uma análise, constatou-se que a maneira de encarar a atividade oscila entre o transitório e o permanente. Esta perceção pode variar em função da idade, escolaridade, proveniência social, encargos familiares, volume de negócios e rendimentos obtidos ou ainda capacidade física para aguentar a atividade. Verificou-se uma clara tendência das mais jovens encararem o comércio de rua como algo provisório, como nós disse a Domingas

“Porque, eh pá, ficar aqui por baixo do Sol, já não estou a aguentar. Se conseguir um emprego noutra sítio, numa empresa, eu vou deixar”.

Falamos também com Imaculada. Ela nasceu no interior da província de Malange. Em 1992, por altura do conflito pós-eleitoral, desloca-se com os pais para a cidade do Huambo, onde permanecem até 1999, altura em que veio para Luanda à procura de segurança e de melhores condições de vida. Praticamente não estudou, tem apenas a 6^a classe e um curso profissional em Informática. Pretende fazer outros cursos e o seu grande sonho é ser enfermeira.

Em 2006 inicia as vendas com calçado brasileiro, depois com a dificuldade nas importações passa para a vender cuecas. Mora com o marido e dois filhos. O objetivo é conseguir ter formação para sair desta vida.

Por outro lado, as mais velhas, com maior tempo na atividade comercial e com menor nível de escolaridade, tenderam a manifestar maior desejo de prosseguir com esta atividade. Isto porque são geralmente as mais velhas que suportam maiores encargos e, em função disso mobilizam grande parte dos recursos obtidos na venda para a educação dos mais jovens e para manutenção social das suas famílias.

A maior parte dessas mulheres pretende que os seus filhos alcancem oportunidades sociais muito mais satisfatórias, para que não passem por necessidades e tenham carreiras profissionais, com muitas dizem *“para serem alguém na vida”*:

“Não posso dizer que, aquilo que eu estou a fazer é o que o filho também tem que fazer. Porque se o filho seguir o meu caminho conforme está, é negativo. Tenho que incentivar os miúdos, para estudarem, para a vida não ser mais como a minha”

Este grupo de mulheres, as comerciantes mais velhas que, pela sua antiguidade na atividade, uma vez que possuem longo percurso no comércio de rua de Luanda. Têm menor nível de escolaridade e, de alguma forma, encontram-se acomodadas nessa atividade, ali fizeram as suas vidas, criaram e educaram os seus filhos. Com bastante suor conseguiram construir casa própria, na sua maioria em bairros clandestinos na periferia da cidade capital. Essas senhoras não visualizam alternativa para além das atividades do comércio informal.

Matilde tem 50 anos, 28 dos quais exercendo o comércio de rua. Mãe de 5 filhos, diz todos dependerem economicamente dela. Vive com marido e filhos e, se assume como a principal provedora de recursos para o sustento familiar: *“Já estamos habituadas com esse negócio”* e *“eu mesma é que sustento a minha casa. Eu é que aguento com os filhos, tenho cinco filhos, todos dependem de mim, até o marido.”*

Verificamos, que na maioria das famílias das nossas Zungueiras, o homem já não é o principal provedor do sustento. Existe uma certa tendência de prevalência de domicílios chefiados por homens, mas sustentados pelas mulheres. Na verdade, o homem, de certa forma vai perdendo esse status dentro do núcleo familiar. Ficou também claro que neste contexto a capacidade de gestão e de prover os rendimentos está nas mãos das mulheres, que constituem cada vez mais o suporte de toda família. Essa mudança de papel, resultante desse processo, parece ter sérias repercussões na estrutura social dos agregados familiares luandenses:

“Nós mesmo é que somos pai, é que somos mãe, é que sustentamos as crianças. A criança basta ficar doente, vamos correr nos hospitais. Porquê? Porque, os pais não têm, você pode ir no pai, o pai fala não tenho dinheiro. Você, mãe, bate a cabeça aí, bate a cabeça ali, a criança tá bom. Você é pai, você é mãe em casa, vai fazer o quê? Marido? Vai lhe encontrar aonde se só gostam de namorar e chegar bêbados?”.

Por outro lado, muitos maridos aproveitam-se frequentemente do facto de as mulheres ganharem algum dinheiro para se acomodarem e faltarem aos seus deveres para com a família. Mesmo quando desempregados, grande parte dos homens não aceita cooperar nas tarefas domésticas; e muitas vezes quando aceitam, não consideram serem tarefas adequadas a um homem.

Esta falta de colaboração do marido dificulta ainda mais o dia-a-dia de algumas zungueiras. Em relação a este aspeto, as entrevistadas afirmaram terem tido dificuldades em manter relações conjugais estáveis como consequência da atividade de zungueira, principalmente pelo tempo de ausência e pelas horas que chegam a casa.

A maioria das zungueiras buscam melhores condições de vida e ascensão social. E mantem a expectativa de mudanças, questionada acerca das razões para entrada e permanência nas atividades informais, duas das entrevistadas responderam:

“Porque eu vi que é um serviço fácil. Porque daí sai o ganho para sustentar os meus filhos e me sinto satisfeita. Porque não há emprego, pois se tivesse não estaríamos aqui”. Foi uma das raras entrevistadas que declarou ter outras fontes de rendimento para além da venda de coxas de frango a retalho. Teresa compra a mercadoria em Luanda e envia para o interior do país para ser comercializada. Questionada sobre os planos futuros, diz almejar expandir os seus negócios através de um empréstimo bancário, porque segundo ela, *“Cada dia que passa, eu também quero mudar. Quero mudar, porque o bem-estar também faz falta na sociedade”.*

Luzia conta-nos que *“vendo havaianas e cabelo brasileiro, faz anos tenho que fazer Brasil ir e vir, por norma trago mais de 300 havaianas que vendo na Praça do Arreio e daí*

consigo tirar algum, também vendia roupas: biquínis, soutiens e ouro, mas com a crise e as alfandegas sempre a complicarem tive que escolher o negócio que anda mais rápido, mas se tudo correr bem espero sair daqui do mercado de São Paulo e construir um espaço no meu terreno e abrir uma loja onde quero comercializar um pouco de tudo isso”.

Como vimos anteriormente, as Zungueiras, pressionadas pelas necessidades imediatas do quotidiano, ingressam na economia informal como principal estratégia de sobrevivência e fonte para o seu sustento e da sua família. Dentro da informalidade paira a incerteza, os riscos e a insegurança, que incentivam a adoção de múltiplas estratégias, assim, a diversificação de produtos a comercializar, também constitui uma estratégia para aumento dos recursos:

Uma das entrevistadas, Helena relata o seguinte: “ *Tenho 29 anos faço 30 daqui há um mês, tenho 5 filhos comecei a zungar em 2007, antes de sair de casa para o trabalho faço a minha oração, estamos aqui a correr toda hora por causa dos fiscais, a procura do pão de cada dia para as crianças, tenho a escola das crianças para pagar, o meu marido não consegue trabalho, quando o negócio anda bem vendo sete ou oito mil kuanzas, mas o negócio não estão a andar e em casa esta tudo muito apertado, tenho uma filha que não esta a estudar por causa da falta de dinheiro, vendo abacate mas também outras frutas depende de como anda”.*

O confronto diário com situações de risco apresenta-se como uma das consequências das condições concretas onde as atividades são exercidas, interagindo, desde modo, um conjunto de fatores que potenciam o risco as zungueiras desenvolvem outras estratégias, outras formas de obtenção de recursos e de maximização dos poucos rendimentos que auferem.

Neste aspeto, em particular, a diversificação de atividades e a partilha de despesas do quotidiano constituem as estratégias mais adotadas e que parecem as mais consistentes e, como consequência, as mais reproduzidas.

No entanto, as estratégias que implicam a deslocação geográfica e a entrada num setor de atividades marcado pela insegurança, a todos os níveis, são estratégias de risco, o que requer um exercício constante de adaptação.

Outra das entrevistadas, Elinda é viúva, mãe de sete filhos, zungueira desde 2014. Começou por vender bananas depois passou para o pão com manteiga. Esta senhora tinha uma pequena fratura na perna, porque numa das fiscalizações, enquanto exercia a sua atividade tentou reagir acabando por ser ferida. Ficou de cama e isso fez com que ficasse parada em casa sem negócio e sem condições para trabalhar. Foi uma sua colega que

emprestou dinheiro, para voltar ao trabalho, financiando o seu negócio no valor de 2mil kuanzas (equivalente a 14 euros).

Durante as entrevistas conseguimos perceber a inquietação, de quase todas as entrevistadas, pois não sabiam se ao fim do dia teriam o jantar para a família. Alguns relatos são emocionantes. Uma das entrevistadas que vende pão chegou a relatar o seguinte: *“Às vezes as crianças em casa choram com a fome, por isso eu zungo, o meu marido não trabalha esta desempregado faz anos e eu é que seguro a casa, as vezes jantamos pão com manteiga e chá é o que me sobra do negócio só pra enganar o estomago e não dormirmos com fome e esse jantar pode durar dias”*.

Ao relatarem sobre os diferentes problemas que enfrentam no quotidiano, o conflito com as autoridades foi o mais destacado, embora outras situações fossem também referidas, como podemos verificar pelo testemunho de Amélia de 38 anos: *“desde que cheguei aqui, de manhã, não estou a parar num sítio, corrida é corrida! Eles (as autoridades) vêm de todos os lados, quando você assusta só, já está! Assim, agora estou bem atenta, até do outro lado da estrada, porque quando eles aparecem recebem todas as coisas, não te deixam mesmo nada, nada mesmo. Quando estamos a vender temos que ser espertas desde a operação resgaste a perseguição é todos dias, quando duas estão a dormir outras tem que controlar, se o fiscal vir acordo as colegas temos que fugir. Por exemplo, outro dia estava aqui com as minhas amigas eles (as autoridades) chegaram começaram a bater e levar o negócio, nem perguntaram nada, mas é assim mesmo? O outro até caiu e se aleijou. Pelo menos nos dão só um sítio movimentado para nós ficar e pronto! Nós também temos família e assim ficamos como?”*

Outra entrevista refere a esse respeito: *“Todos temos nossos problemas, aqui ninguém te mente. Só queremos vender as nossas coisas em paz. Nós também já não temos nada, a polícia nos deixa só fazer o nosso negócio tirar mesmo o sustento da pessoa ninguém gosta de correr na rua, mas não podemos ficar em casa a espera que o dinheiro cai do céu”*.

Foi perceptível que mesmo com a disponibilização de mercados ou locais apropriados para comercialização de produtos, muitas não aderem, pelos mesmos motivos: primeiro porque muitas não têm como pagar o espaço da bancada, segundo por uma questão de hábito e conformismo as zungueiras preferem mesmo andar pelas ruas, porque defendem que é mais fácil estabelecer a proximidade com os possíveis compradores. Verificamos também que muitos jovens exercem atividades em locais com poucas ou nenhuma condições sanitárias, facto que não foi mencionado durante as entrevistas para não criarmos barreiras de

comunicação ou suposto julgamento, embora consideremos que seja um risco para a saúde pública e para a saúde das próprias zungueiras.

Por intermédio da observação verificamos, também, que uma estratégia comum contra o risco de perder os produtos é a venda de artigos leves e de fácil transporte. Verificou-se a especialização de mulheres em atividades como o comércio de alimentos, a troca de divisas, serviço de beleza, a venda de bebidas e artigos de uso doméstico, entre outros, como podemos ver na foto seguinte.

Figura 8 - Zungueira com os seus produtos



Fonte: Foto tirada pela investigadora

Os esforços do governo para o aumento das taxas de empregabilidade juvenil, nem sempre têm surtido os efeitos desejados, devido, em grande parte, à falta de dados estatísticos sistematizados e conciliados, que ainda constituem um grande desafio aos desígnios governamentais, a ausência de apoio institucional, a fraca possibilidade de mobilidade social ascendente e as dificuldades, faz com que o discurso sobre as políticas governamentais seja praticamente dominante nas entrevistas.

Colocada a questão: o que faria se pudesse mandar, uma das entrevistas responde: *“Isso nunca vai acontecer. Eu quero é que o Governo nos arranja só um lugar digno para vender, sem problemas de pagar sempre, ou nos dão trabalho, não é nossa vontade estar aqui assim. Essa vida todos os dias corre aqui, corre ali já estou cansada é muito sofrimento,*

todos dias o coração está na mão, saímos de casa sem saber se vamos voltar. Uma pessoa não tem descanso, todos os dias eles aparecem. Às vezes mesmo é só para te receberem as coisas e depois vão embora [...]. Eles já falaram que vão arranjar lugar para nós vendermos, então estamos à espera o Presidente que prometeu 500 mil vagas de emprego, até hoje não vimos nada. Será que não somos pessoas? Eu também sei que vender na rua não é bom, mas dentro do mercado não se lucra, preferimos aqui fora mesmo, mas pelo menos nos arranjam só um sítio movimentado para ficar. Queremos um sítio aqui próximo na cidade onde passam muitos clientes, agora falar só, também não dá, já esperamos muito!”

Dona Tina de 38 anos, disse: “*Quero um lugar para vender, mas não tenho como pagar o dinheiro já nem chega, nem que viro só empregada não faz, mas trabalho não aparece. Como estás a ver, aqui está difícil, temos que ficar sempre atentos uma dorme, outra controla. Ontem me levaram e receberam as minhas coisas, mas assim hoje já comprei mais e estou aqui de novo [...]. As pessoas pensam que é vontade de vender na rua, mas não é nossa vontade. Eh pá, aqui uma pessoa faz o que aparece”.*

A dificuldade com que as zungueiras se deparam, para conseguir um lugar tranquilo, para exercer a atividade, reside no facto de Luanda constituir uma realidade espacial e geográfica bastante disputada entre diferentes intervenientes, que têm a cidade como espaço privilegiado de ação.

Por outro lado, foi possível verificar alguma resistência por parte das mesmas mudarem-se para os locais indicados pelas autoridades, por considerarem-nos demasiado distantes do movimentado meio urbano e dos potenciais clientes. Assim, muitas expectativas perduram no tempo. E a esperança de melhorar as condições de vida torna-se um projeto não tão breve, mas que estimula o desempenho das zungueiras.

5.2 Análise dos questionários

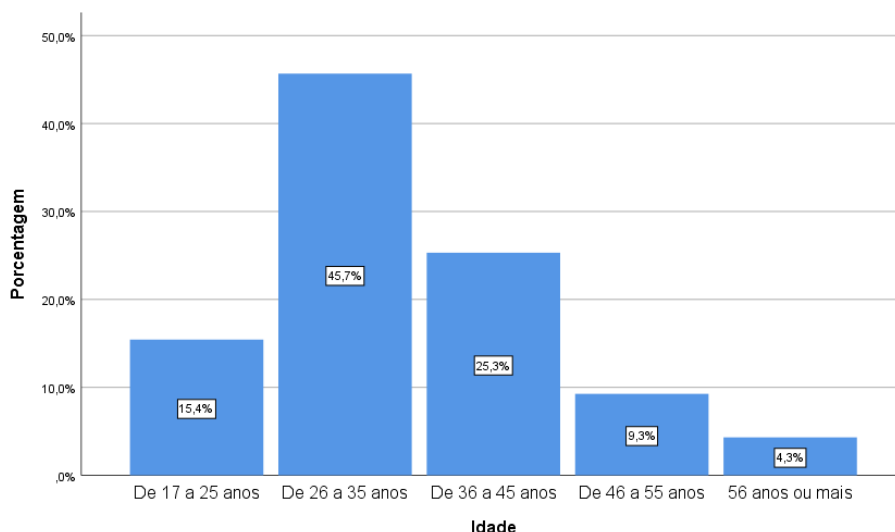
Nesta seção apresentamos a caracterização da amostra, a análise e discussão dos resultados obtidos através do questionário.

5.2.1 Caracterização da amostra

A amostra é constituída por 162 inquéritos validados, composta exclusivamente por indivíduos do género feminino.

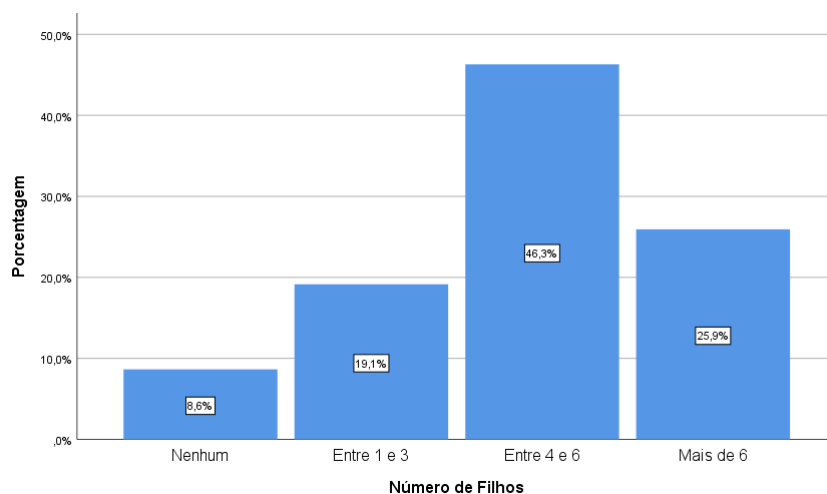
Relativamente à faixa etária das inquiridas, encontramos 15.4% entre os 17 e 25 anos, 45.7% entre os 26 e os 35 anos, 25.3% tem entre 36 e 45 anos, 9.3% está na faixa etária 46 a 55 anos e apenas 4.3% tem mais de 56 anos. Denota-se, portanto, que a maioria das Zungueiras são jovens.

Gráfico 4 - Idade das inquiridas



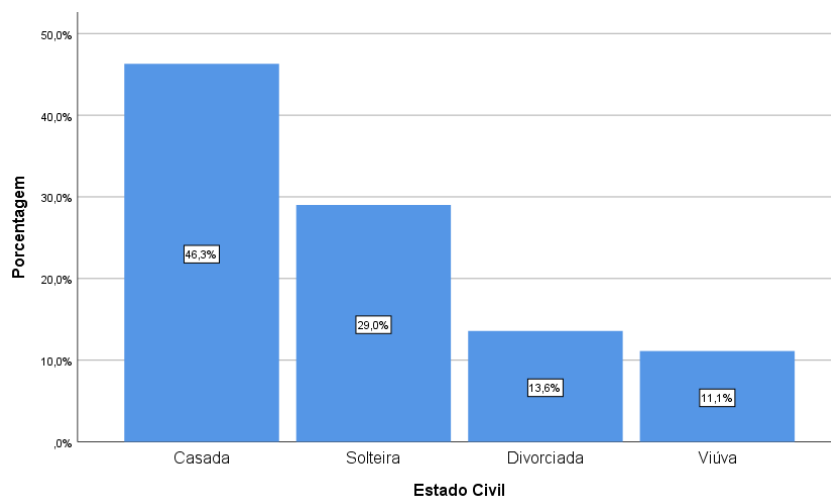
Quanto ao número de filhos das mulheres que se dedicam a essa atividade, podemos verificar que 8.8% não tem filhos, 19.1% das mulheres inquiridas tem entre 1 e 3 filhos, 46.3% tem entre 4 e 6 filhos e ainda 25.9% tem mais de 6 filhos., como se pode observar no gráfico seguinte. Podemos então constatar que a maioria das Zungueiras possui 4 ou mais filhos, o que aumenta a preocupação com o sustento da família.

Gráfico 5 - Número de filhos das inquiridas



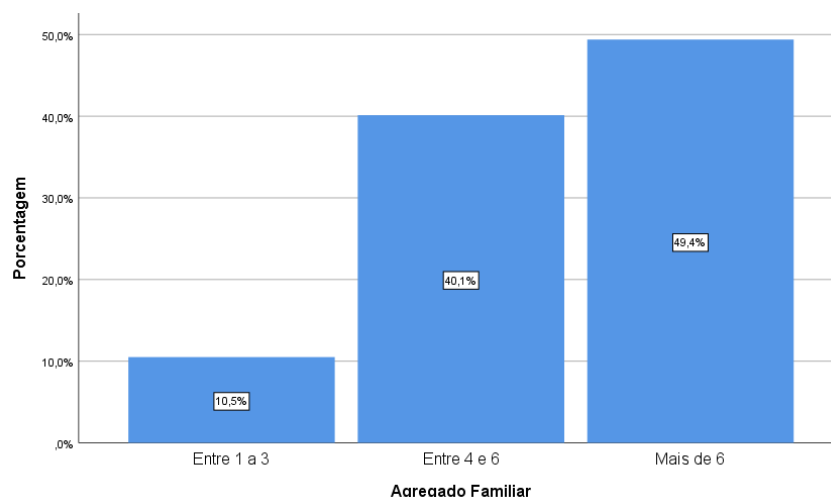
Quanto ao estado civil das inquiridas verificamos que 46.3% são casadas, seguindo-se com 29% as solteiras, 13.6% são divorciadas e com 11.1% encontramos as viúvas, conforme também pode ser observado no gráfico seguinte.

Gráfico 6 - Estado civil



A questão seguinte diz respeito ao número de indivíduos que compõem o agregado familiar. Como podemos observar, no gráfico seguinte, 10.5% dos agregados familiares possui 3 ou menos pessoas, 40.1% têm entre 4 e 6 pessoas e 49.4% dos agregados familiares possui têm mais de 6 pessoas. Podemos concluir que a maior parte das Zungueiras faz parte de um agregado familiar grande.

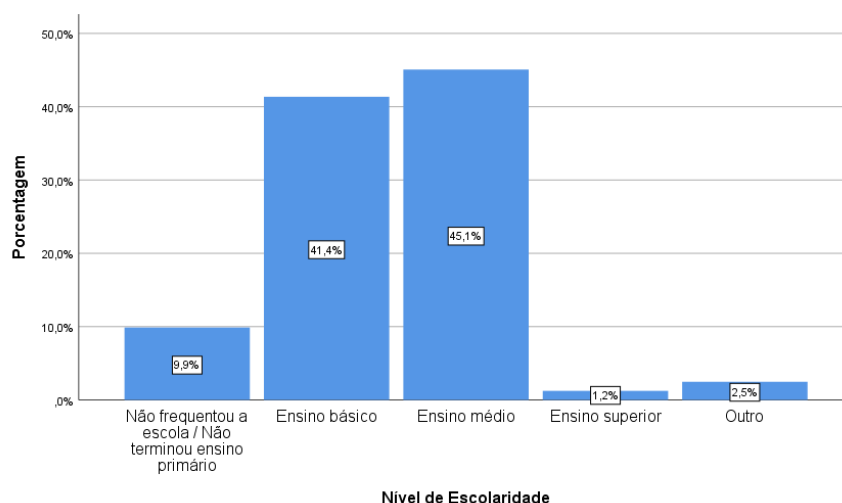
Gráfico 7 - Número de elementos no agregado familiar



Ainda com o intuito de caracterizar as Zungueiras perguntamos qual era o seu nível de escolaridade. O gráfico seguinte mostra que, 9.9% não frequentou a escola ou não terminou a escola básica, 41.4% terminou o ensino básico (9ª classe), 45.1% tem o ensino médio, sendo

que 1,2% até possui ensino superior. Retratando que a maioria pode não possuir habilitações académicas para encontrar um emprego no mercado formal ou na economia formal.

Gráfico 8 - Nível de Escolaridade

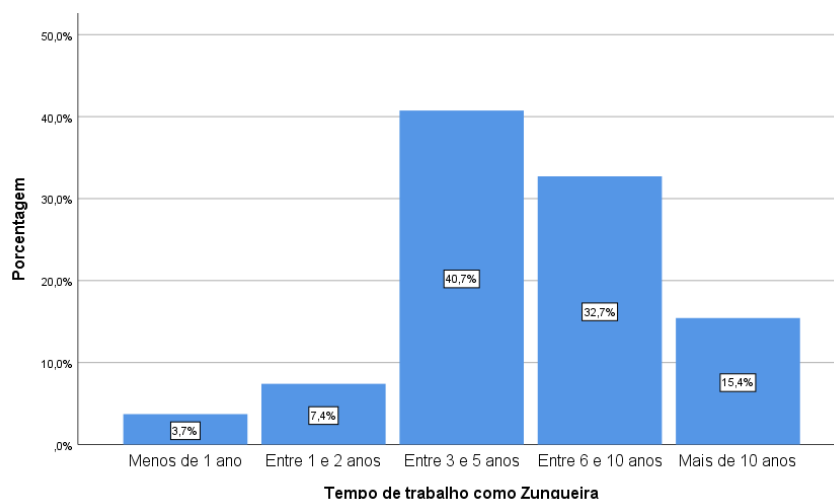


5.2.2 Características gerais no negócio

Nesta seção analisaremos as respostas respeitantes às características gerais do negócio. Sendo que esta parte do questionário é composta, como referimos anteriormente, por 13 questões.

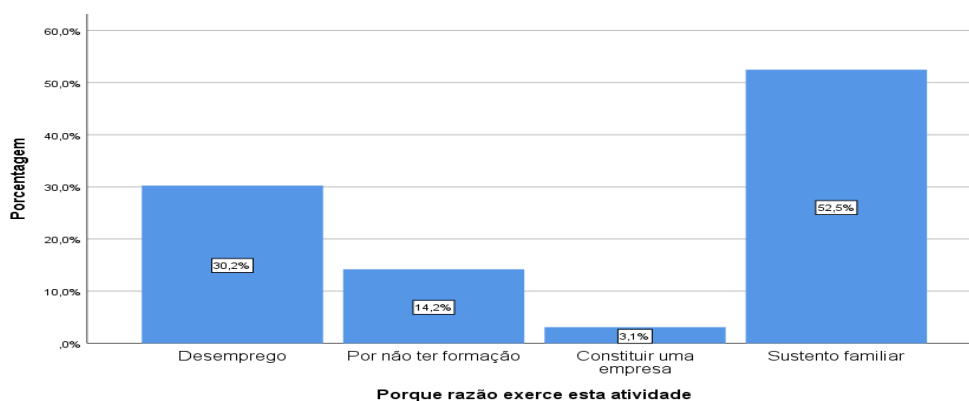
A primeira destas questões diz respeito ao número de anos que a inquirida exerce esta atividade. Pela observação do gráfico chegamos à conclusão que a maioria das Zungueiras está há mais de 3 anos nesta atividade. Apenas 3,7% encontra-se à menos de 1 ano na atividade. Segue-se, com 7,4% aquelas que estão entre 1 e 2 anos, 15,4% as aqui estão há mais de 10 anos, 32,7% está na atividade num período de tempo entre 6 e 10 anos, e entre 3 e 5 anos encontramos 40,7% das inquiridas.

Gráfico 9 - Número de anos como Zungueira



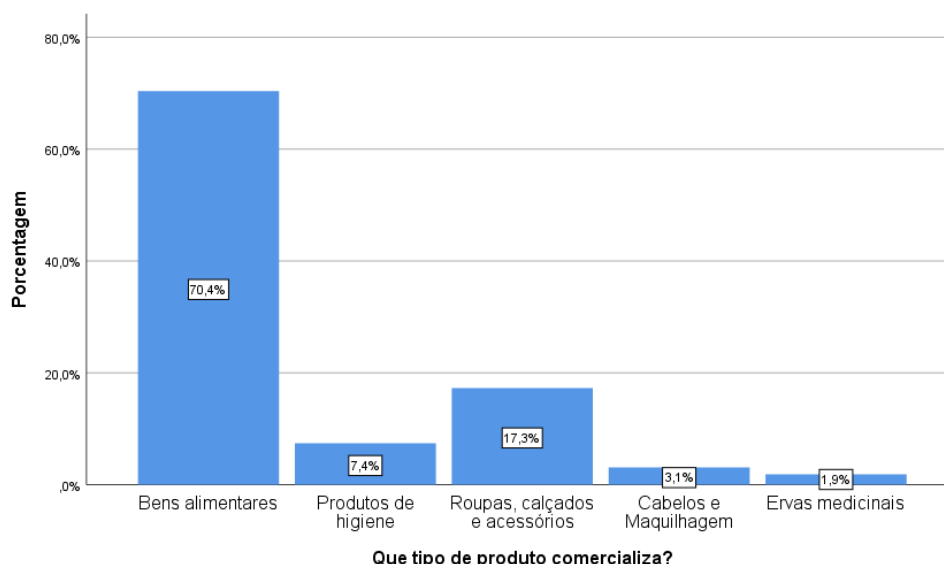
A questão nº 8 do inquérito tem como objetivo descortinar as razões que levaram estas mulheres à atividade de Zungueiras. A análise das respostas revelou que 30,2% aponta como razão o desemprego, 14,2% acredita que é por falta de formação, 3,1% porque queria constituir uma empresa e 52,5% porque precisa de encontrar uma forma de sustentar a família, conforme podemos observar no gráfico seguinte.

Gráfico 10 - Razões para o exercício da atividade



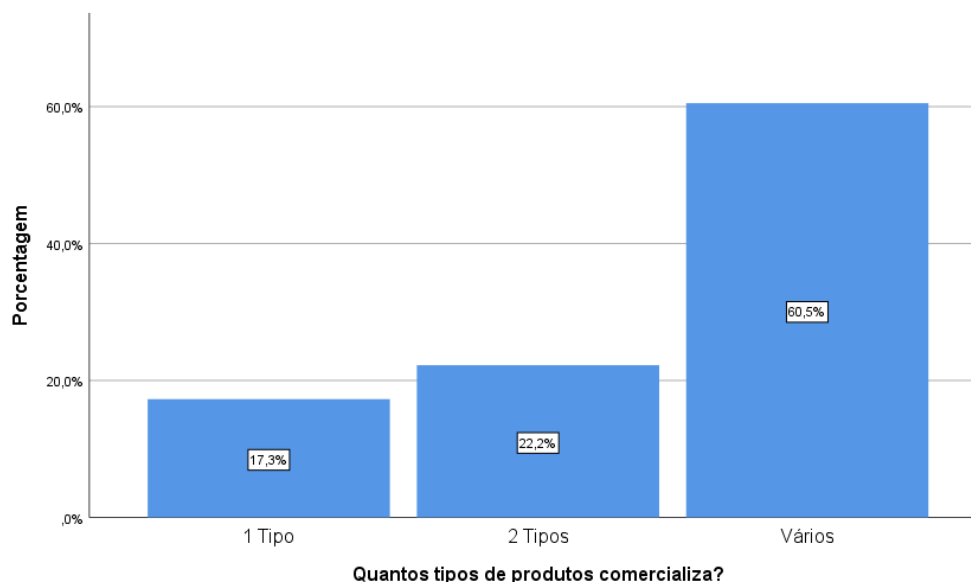
Na questão seguinte quisemos saber que tipo de produtos comercializa. A maioria das Zungueiras comercializa bem alimentares (70,4%), Roupas, calçados e acessórios (17,3%), produtos de higiene (7,4%), Cabelos e maquilhagem (3,1%) e ainda há aquelas que se dedicam ao comércio de ervas medicinais e bebidas da medicina tradicional angolana, com uma percentagem igual a 1,9%.

Gráfico 11 - Tipo de produtos comercializados



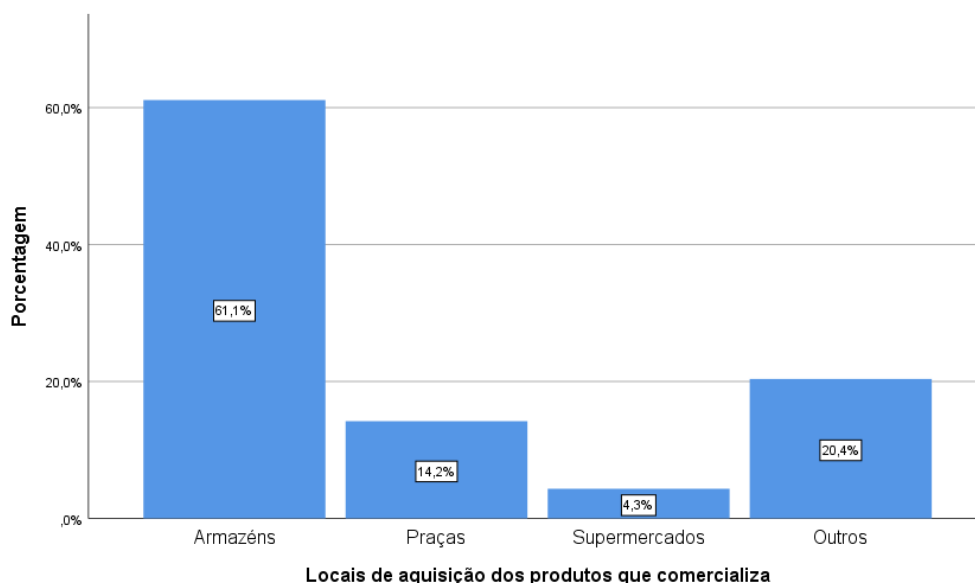
Quando procuramos quantificar o número de produtos diferentes comercializados obtivemos os seguintes resultados. 17.3% admite comercializar apenas um produto, 22.2% refere que comercializa dois tipos de produtos e a maioria (60.5) refere que comercializa vários tipos de produtos, apresentando uma estratégia, mais ou menos consciente de diversificação.

Gráfico 12 - Quantos tipos de Produtos comercializa



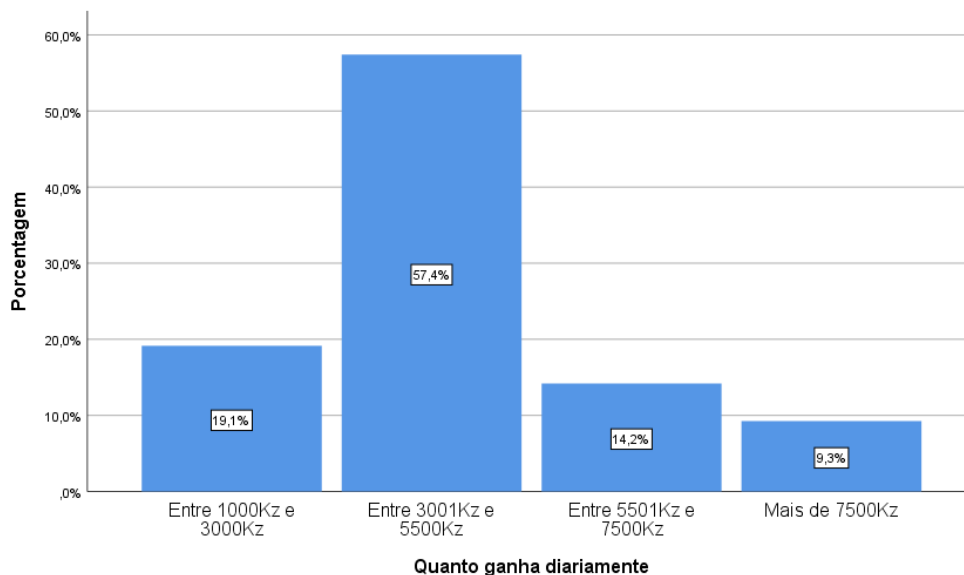
Em relação aos locais onde adquire os produtos que comercializa, obtivemos os seguintes resultados: 61.1% adquire os seus produtos em armazéns, 14.2% em praças, 4.3% em supermercados e 20.4% adquire em outros locais.

Gráfico 13 - Locais de aquisição dos produtos que comercializa



No que diz respeito aos montantes ganhos por dia as nossas inquiridas deram as seguintes respostas: 19.1% ganha entre 1000 e 3000 Kz por dia, 57.4% entre 3001 e 5500 Kz, 14.2% ganha entre 5501 e 7500 Kz, e uma minoria de 9-3% ganha mais de 7500Kz por dia.

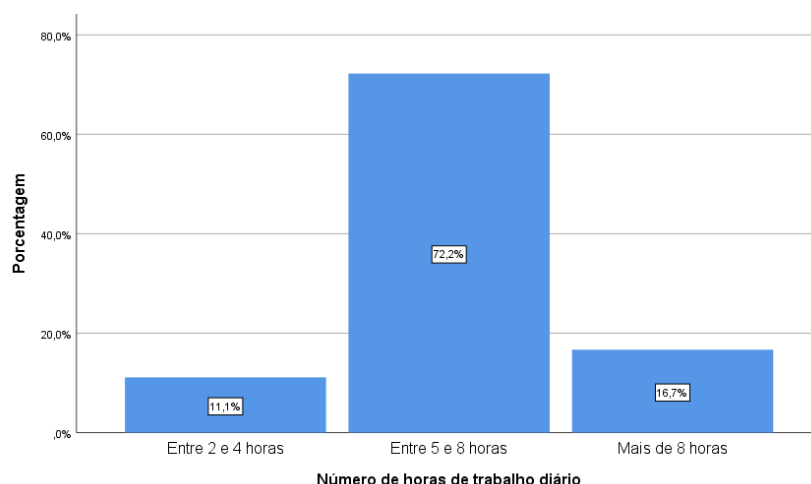
Gráfico 14 - Montante ganho por dia de atividade



A décima terceira questão é referente ao número de horas de trabalho em cada dia de atividade. Como podemos observar pelo gráfico seguinte a maior parte das inquiridas (72.2%) trabalha entre 5 e 8 horas por dia, seguidas daquelas que trabalha mais de 8 horas,

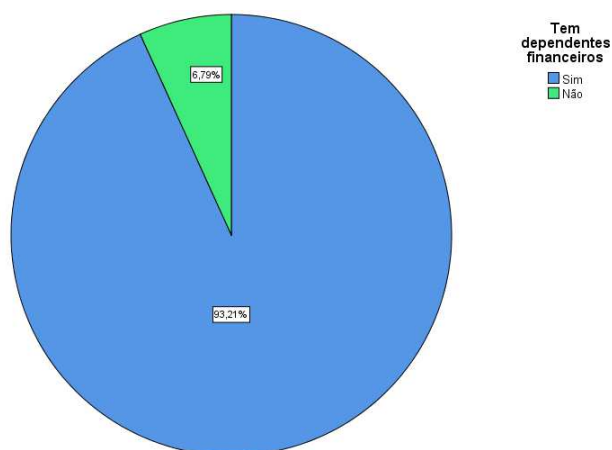
com 16.7% e em último lugar fica aquelas que trabalham entre 2 e 4 horas por dia de atividade com cerca de 11%.

Gráfico 15 - Número de horas de trabalho por dia de atividade como Zungueira



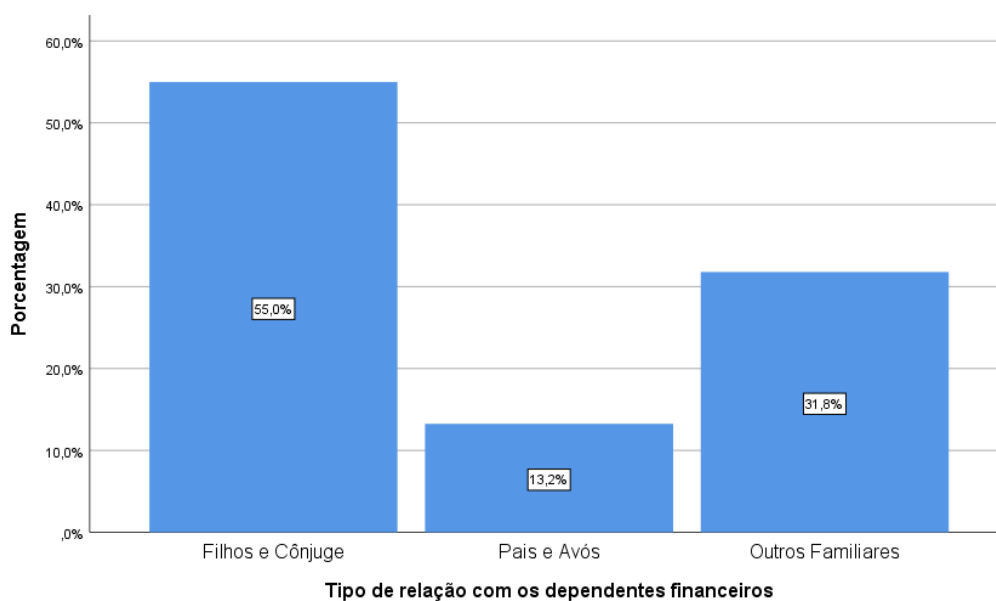
Na questão seguinte, quisemos saber se a Zungueira tinha ou não dependentes financeiros. As respostas revelam que a grande maioria (93.21%) das Zungueiras têm dependentes financeiros, o que vai de encontro à necessidade de sustentar a família, como já tinha sido descrito anteriormente.

Gráfico 16 - Existem dependentes financeiros da Zungueira



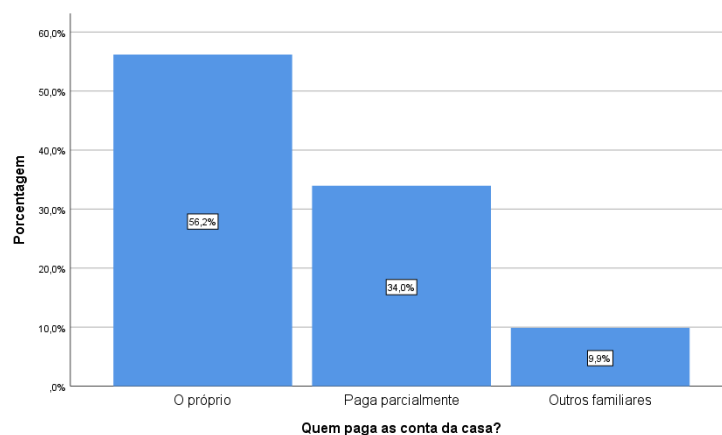
Em relação ao tipo de relação que existe entre a Zungueira e os seus dependentes financeiros constitui a próxima questão que colocamos. Ao analisar as respostas concluímos daquelas que referiam ter dependentes financeiros chegamos à conclusão que a maioria tem como dependentes os filhos e o cônjuge (quando existe) e 13.2% têm como dependentes financeiros os pais e/ou avós e ainda 31.8% revela que os dependentes são outros familiares como tios, sobrinhos, etc).

Gráfico 17 - Tipo de relação com os dependentes financeiros



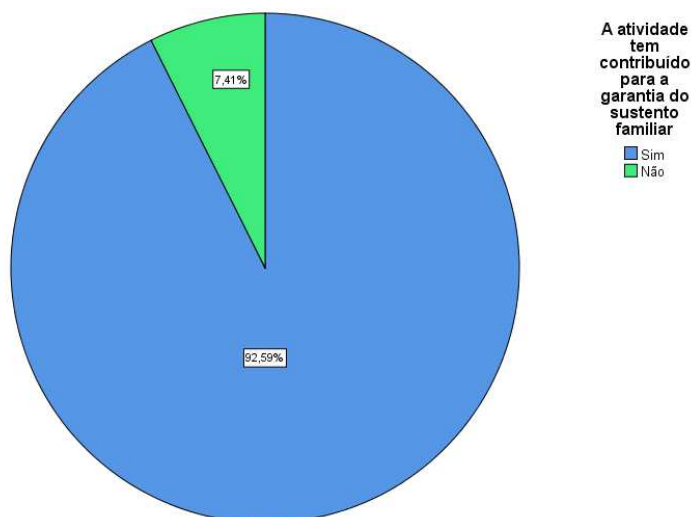
Em relação ao pagamento das despesas da casa do agregado familiar obtivemos as seguintes respostas: 56,2% é a própria a pagar a totalidade das despesas, 34,1% paga uma parte das contas e 9,9% das inquiridas referiu que eram os seus familiares quem pagava a totalidade das contas.

Gráfico 18 - Quem paga as contas da casa onde vive a Zungueira?



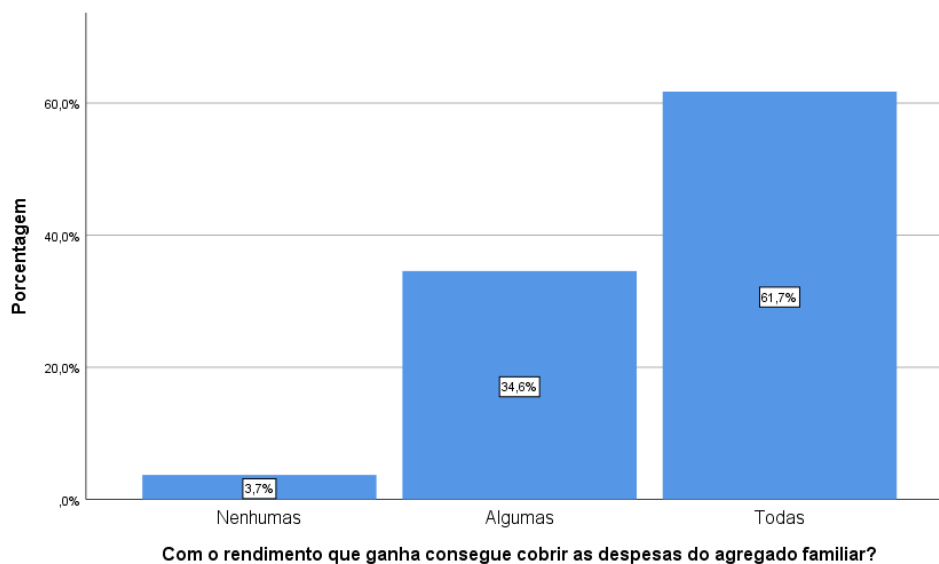
Na décima sétima questão quisemos saber se as atividades de Zungueira têm contribuído para a garantia do sustento da família. A grande maioria responde afirmativamente, como é visível no gráfico seguinte.

Gráfico 19 - Contribuição da atividade para o sustento da família



Questionadas sobre se a sua atividade como Zungueira era suficiente para cobrir as despesas mensais observamos que 3,7% não conseguia pagar nenhuma despesas, 34,6% paga uma parte das despesas e a maioria 61,7% consegue ou conseguiria pagar a totalidades das despesas.

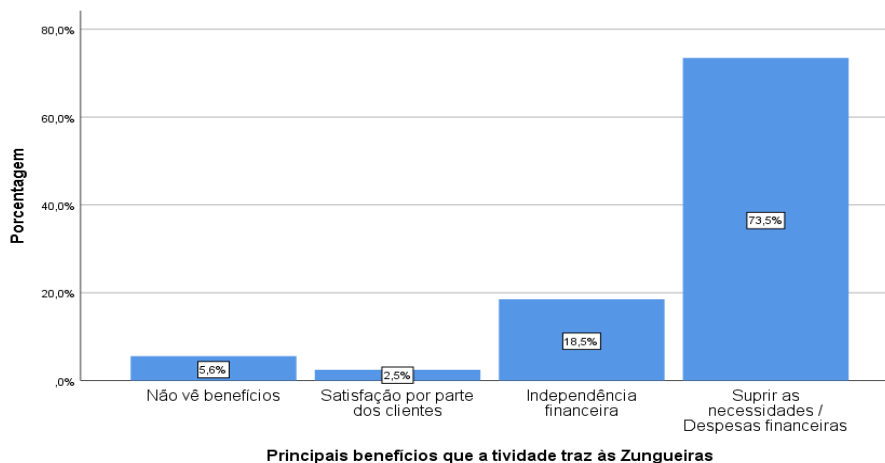
Gráfico 20 – Com o rendimento que ganha consegue cobrir as despesas do agregado familiar



Quanto aos benefícios desta atividade obtivemos os seguintes resultados, 73,5% respondeu que a atividade servia para suprir as necessidades e despesas financeiras da família, 18,5% apresentou como benefício a independência financeira que consegue, 2,5% regista que

o benefício é para os clientes e ainda 5.6% não consegue ver qualquer benefício no exercício da sua atividade.

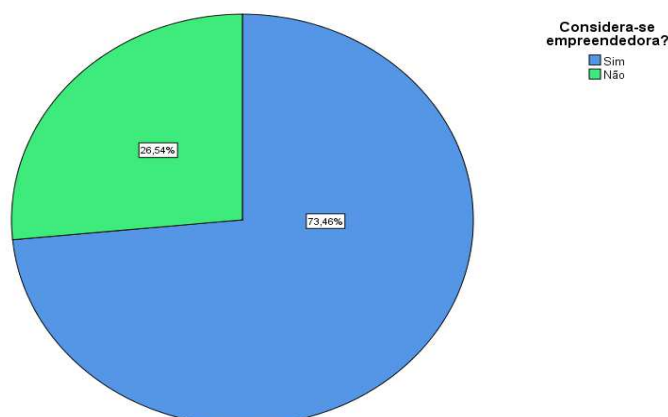
Gráfico 21 - Principais benefícios da atividade



5.2.3 A gestão de negócios

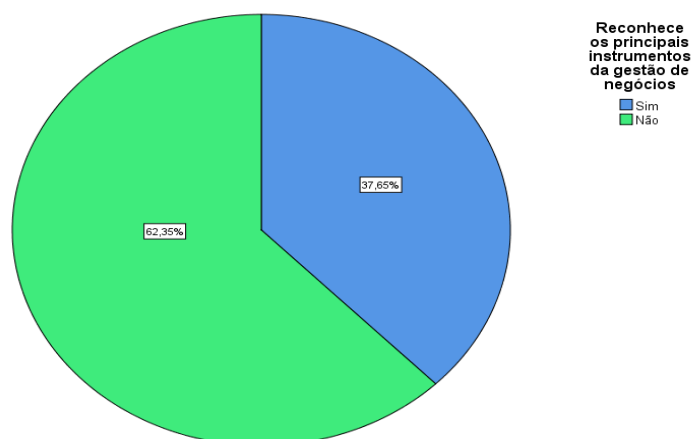
Nesta seção analisaremos a percepção das entrevistadas a respeito da gestão de negócios. Essa parte do questionário, como já referimos na Metodologia, por cinco questões. A primeira destas, pergunta às Zungueiras se se considera uma empreendedora, a inquiridos na sua maioria (73.48%) responde afirmativamente, conforme se pode observar no gráfico seguinte.

Gráfico 22 - Considera-se empreendedora



A segunda questão 'Reconhece os principais instrumentos de gestão de negócios?' As respostas revelam que a maioria (62.35%) não reconhece os instrumentos de gestão, e, portanto, podemos concluir que não os utiliza de forma consciente.

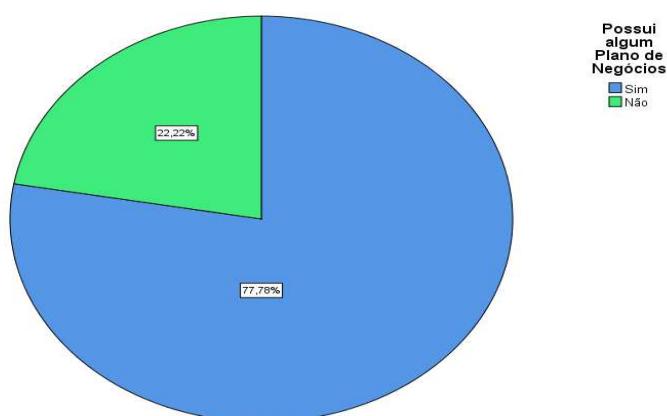
Gráfico 23 - Reconhece os principais instrumentos de negócios



Na questão seguinte quisemos saber se efetuam algum tipo de gestão ou se possuem um plano de negócios. As respostas, que apresentamos no gráfico seguinte, revelam que a maioria faz algum tipo de gestão do seu negócio. Contudo, conjugando estas respostas com as dadas na questão anterior, somos levados a crer que as Zungueiras não utilizam um Plano de Negócios, mas serão capazes de gerir os stocks, perceber as margens de comercialização, e possuir uma estratégia de vendas que permitem a angariação de clientes e realizar as vendas.

Um Plano de Negócio, tal como conhecemos, é um documento escrito, onde são apresentadas as várias vertentes sobre o negócio, desde a deteção das oportunidades, como as ameaças, fornecedores, potenciais clientes, entre outros aspetos.

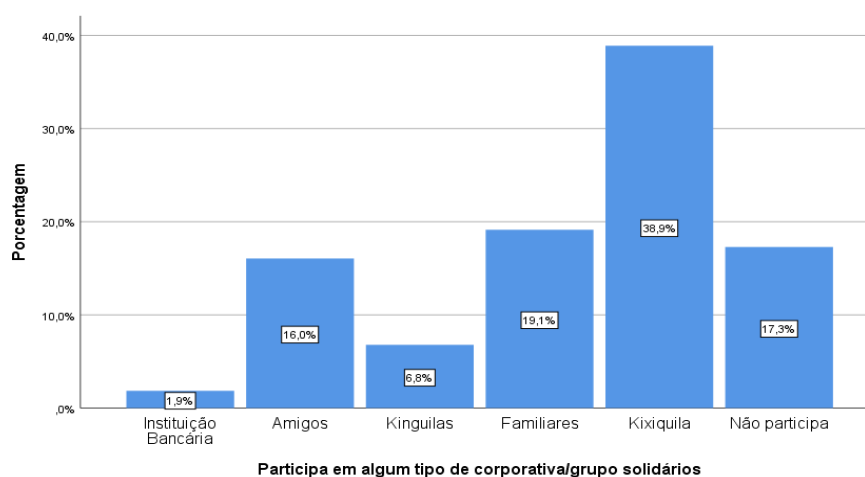
Gráfico 24 - Faz alguma gestão ou possui um Plano de Negócios



Na questão seguinte, que no questionário recebeu o número 23, tinha como objetivo saber se as Zungueiras inquiridas participam em algum tipo de instituição do tipo corporativista ou solidário, que as possam auxiliar no encontro de uma estratégia de sobrevivência.

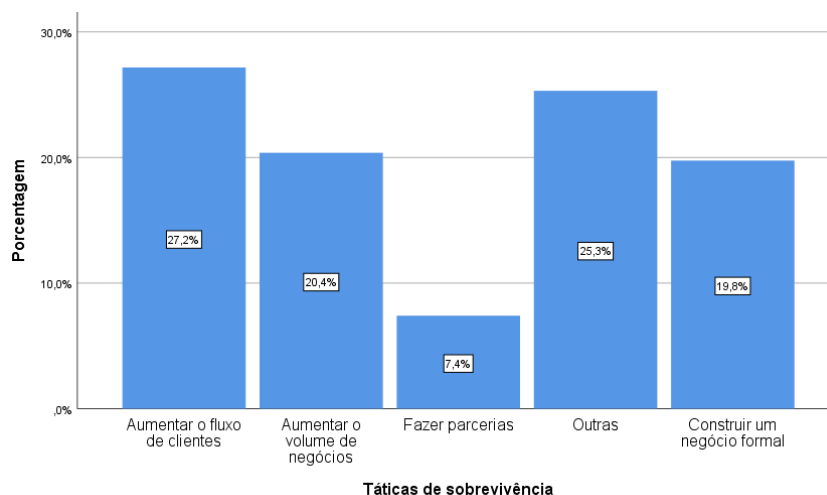
Encontramos apenas 17.3% de inquiridas que responderam que não participam em nenhum tipo de instituição corporativista. Das restantes temos recurso a instituição bancária formal 1.9%, pertencentes à Kixiquila encontramos 38.9% e à Kinguilas 6.8%, sendo que 16% e 19.1% recebe respetivamente apoio de amigos e familiares, para o desenvolvimento do seu negócio, mesmo que existe apenas no mercado informal.

Gráfico 25 - Tipo de instituições corporativas que auxiliam as Zungueiras



Na última questão deste grupo, questionamos as Zungueiras a respeito da estratégia de sobrevivência mais utilizada por estas. As respostas revelam que não existe uma homogeneidade entre as Zungueiras inquiridas, enquanto 27.2% perspectiva o aumento do número de clientes, 20.4% prevê o aumento do volume de negócios, 7.4% a possibilidade de vir a estabelecer parcerias, 19.8% encontra na constituição de um negócio formal a potencial solução para os seus problemas, existindo ainda 25.3% que vai adotar uma outra estratégia para garantir a sua sobrevivência e da sua família.

Gráfico 26 - Táticas de sobrevivência

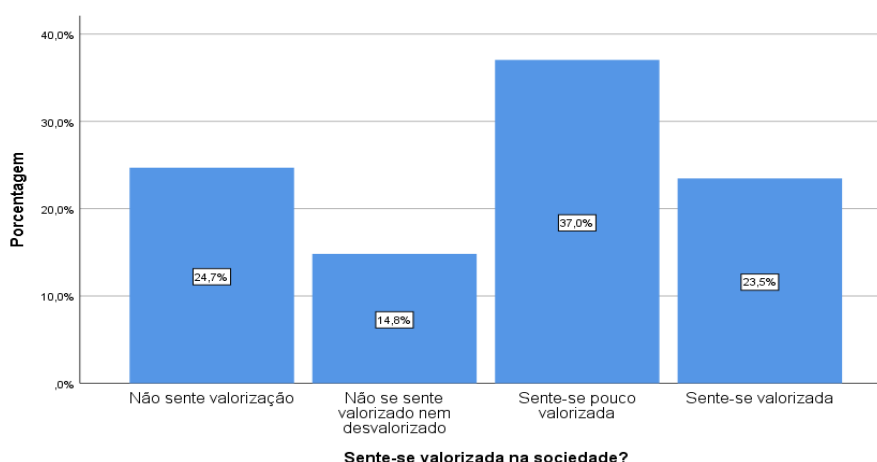


5.2.4 Valor social, dificuldades e percepção das Zungueiras em relação à sua condição social

Nesta seção analisaremos a percepção das entrevistadas a respeito da sua posição na sociedade. Essa parte do questionário, como já referimos na Metodologia, por seis questões.

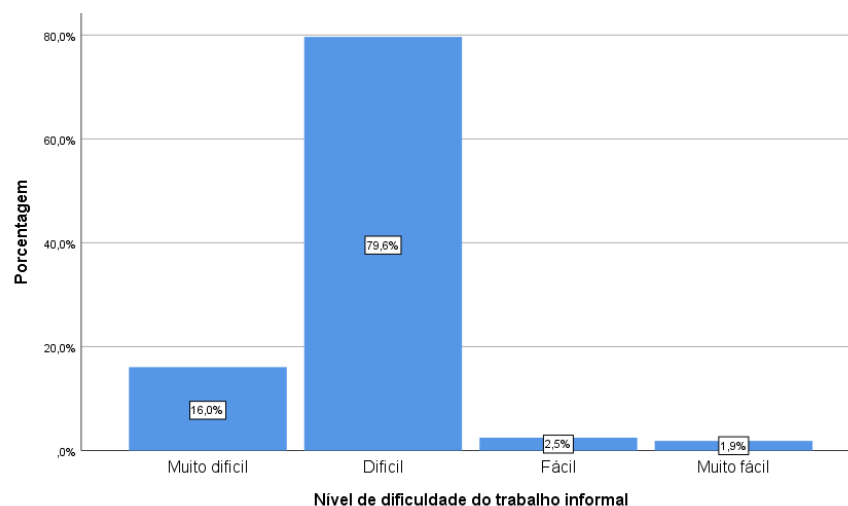
A primeira questão deste grupo de questões procura perceber a forma como ela percebe o valor do seu trabalho na sociedade de Luanda. 24.7% Não se sente valorizado, 14.8% não se sente valorizado nem desvalorizado, uma situação de indiferença por parte da sociedade, 37% sente-se pouco valorizado e ainda 23.5% sente-se muito valorizada.

Gráfico 27 - Como se sente valorizada pela sociedade



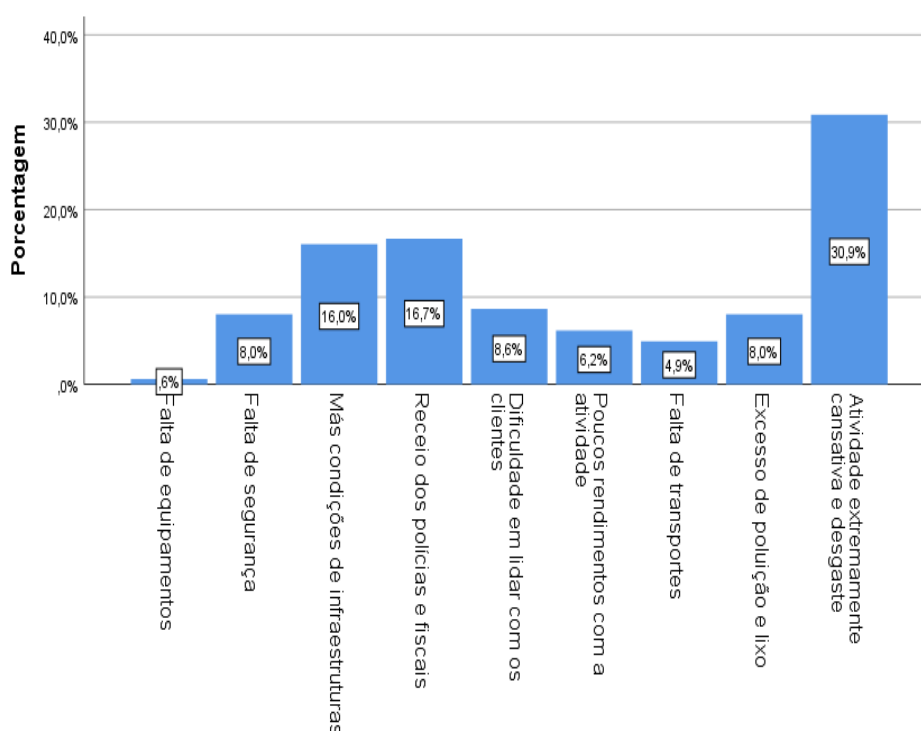
A questão seguinte procurou saber qual é o nível de dificuldade no trabalho informal que praticam. As respostas revelam que a maioria considera 79.8% difícil, 16% considera muito difícil, apenas 2.5% e 1.9% considera a atividade fácil ou muito fácil respetivamente.

Gráfico 28 - Nível de dificuldade da atividade exercida



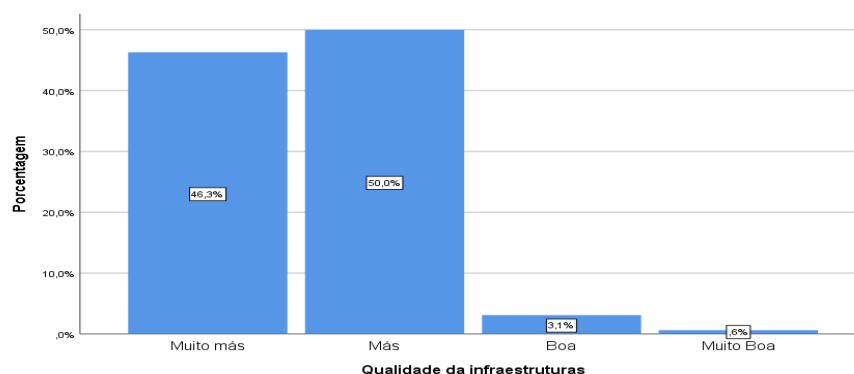
Relativamente às dificuldades sentidas no exercício da atividade de Zungueira, apresentamos várias hipóteses de resposta que decorrem das entrevistas realizadas anteriormente. Assim, verifica-se 0,6% referem a falta de equipamentos, 8% falta de segurança, 16% más condições nas infraestruturas, 16,7% receio dos polícias e fiscais, 8,6% dificuldade em lidar com os clientes, 6,2% pouco rendimento com a atividade, 4,9% falta de transportes, 8% excesso de poluição e lixo, e ainda, com maior percentagem apontam que se trata de uma atividade cansativa e com enorme desgaste.

Gráfico 29 - Dificuldades sentidas no exercício da atividade



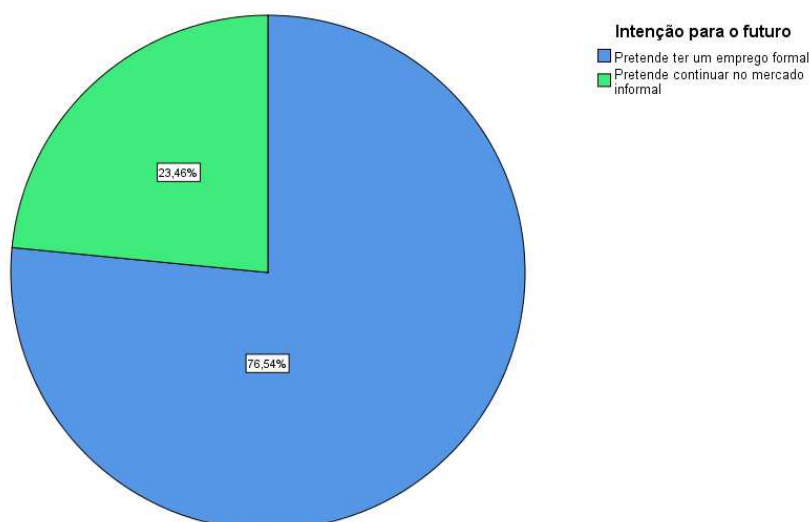
Quanto à qualidade das infraestruturas a maior parte das inquiridas refere que são muito más ou más, respetivamente com 46.3% e 50%, sendo realmente, uma minoria os que referem que são boas ou muito boas somando apenas 3,7% das respostas, como podemos observar no gráfico seguinte.

Gráfico 30 - Qualidade das infraestruturas



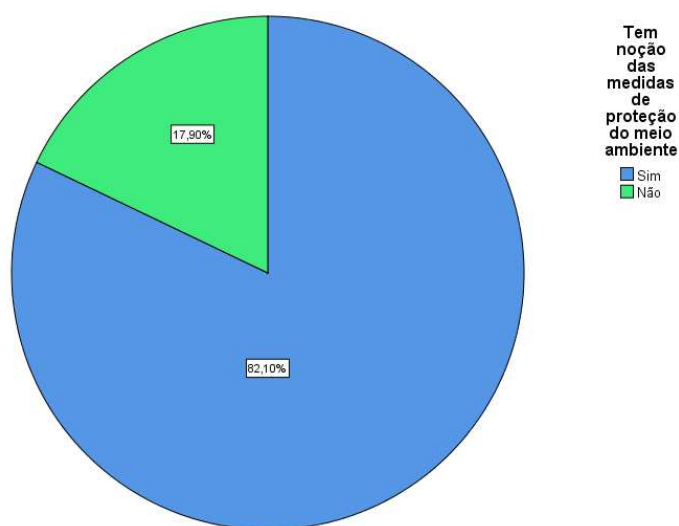
Em relação à situação futura, questionamos a Zungueiras a respeito se pretendem ou não continuar no setor informal da economia. As respostas revelam que a maioria pretende ter um emprego formal, o que corresponde a 76.54% das respondentes.

Gráfico 31 - Intenções de emprego para o futuro



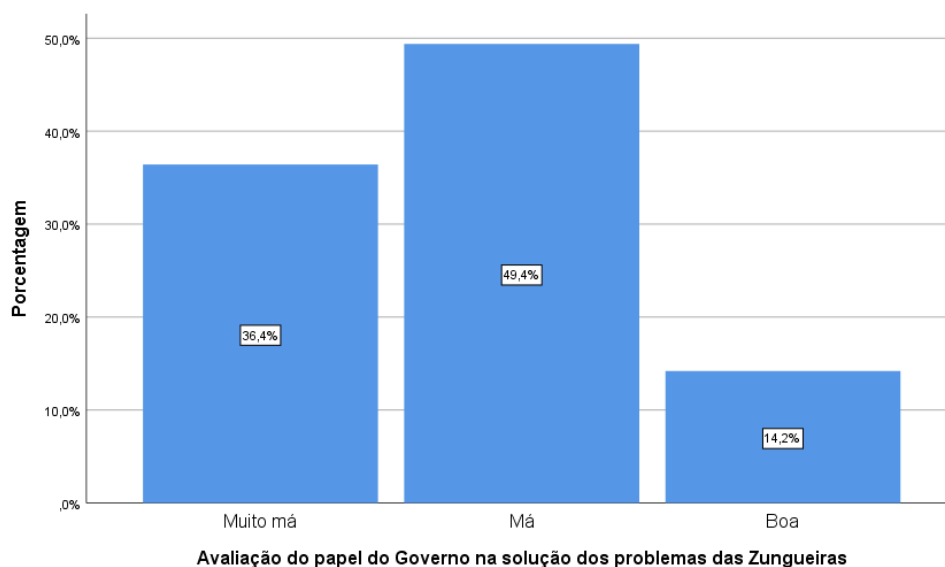
Em relação ao facto de ter noção das medidas de proteção do meio ambiente verificamos que a maioria está bem esclarecida em relação às políticas existentes, conforme podemos observar no gráfico seguinte.

Gráfico 32 - Noção das medidas de proteção do meio ambiente



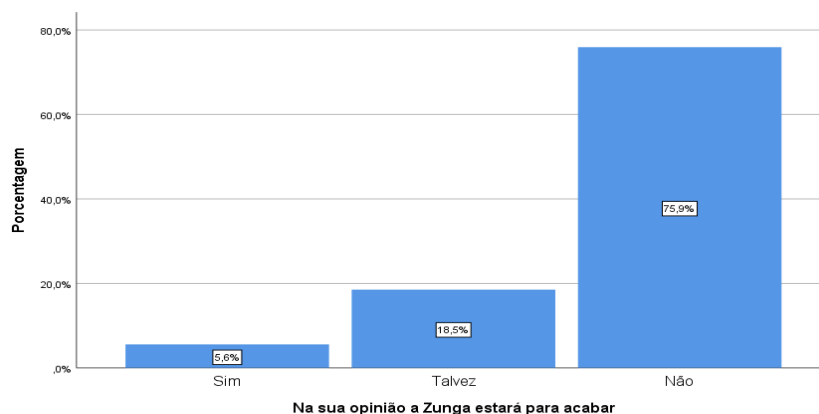
De acordo com o gráfico seguinte, a maioria das respostas revela uma avaliação do Estado, em relação aos problemas das práticas informais, como muito má (36.4%) ou má (49.6%), sendo a percentagem de Zungueira que avalia como boa apenas 14.2%.

Gráfico 33 - Avaliação do papel do Governo na solução dos problemas das Zungueiras



A última questão que colocamos, foi referente à opinião sobre o fim da Zunga num futuro próximo, como podemos observar pelo gráfico seguinte, a maioria acha que a Zunga não vai acabar, sendo apenas de 5.8% aquelas que referem que existe a hipótese da Zunga terminar em Luanda.

Gráfico 34 - Opinião sobre o fim da zunga



5.2.5 Avaliação das hipóteses de investigação

➤ **As mulheres mais jovens são as que se consideram empreendedoras.**

Aplicamos um teste de independência de Qui-quadrado, dada a natureza das variáveis, pois trata-se de duas variáveis nominais, depois de verificadas as condições de aplicabilidade, verificamos que $\text{sig} = 0.09 > \alpha = 0.05$, logo não rejeitamos a hipótese nula, que considerava que as variáveis são independentes. Logo não podemos concluir que as mulheres mais jovens são as que se consideram mais empreendedoras.

Tabela 1 - Teste do Qui-quadrado para a hipótese de investigação nº 1

Testes qui-quadrado			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	8,048 ^a	4	,090
Razão de verossimilhança	7,784	4	,100
Associação Linear por Linear	,245	1	,621
N de Casos Válidos	162		

a. 2 células (20,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,86.

➤ **O nível de escolaridade influencia o grau de conhecimento sobre os instrumentos de gestão.**

Iniciamos por aplicar um teste de independência do Qui-quadrado entre as variáveis ‘nível de escolaridade’(ordinal) e ‘reconhece os principais instrumentos de gestão’(nominal), devido à natureza das variáveis envolvidas, uma qualitativa ordinal(isto é, é possível criar uma ordem dentro das respostas possíveis) e outra nominal (isto é, as respostas não têm qualquer ordem, singem-se apenas no sim e não). Sendo assim não foi possível aplicar nenhum dos testes paramétricos pois não estavam reunidas as condições de aplicabilidade, por outro lado como estão envolvidos mais do que duas categorias no nível de escolaridade nao se adequa o teste t(t student, pois só é possível aplicar para duas amostras(categorias) e sim uma ANOVA-one way.

Tabela 2 - Teste de Qui-quadrado para a segunda hipótese de investigação

Testes qui-quadrado			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	3,332 ^a	4	,504
Razão de verossimilhança	3,377	4	,497
Associação Linear por Linear	3,064	1	,080
N de Casos Válidos	162		

a. 4 células (40,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,75.

➤ **A idade influência o grau de conhecimento sobre os instrumentos de gestão**

Aplicamos, novamente o teste do Qui-quadrado. Dado que as variáveis estão categorizadas, a dimensão da amostra é superior a 30, o número de células com contagem menor do que 5 é igual a 20%, portanto igual ao limite permitido e porque a contagem mínima é superior a um, é possível aplicar este teste. A hipótese nula admite que as variáveis envolvidas sejam independentes, enquanto que a hipótese alternativa assume que as variáveis idade e conhecimento dos instrumentos de gestão não são independentes.

Sendo $\text{sig} = 0.05 \leq \alpha = 0.05$ logo rejeita-se a hipótese nula. Logo existe evidência estatística para afirmar que as variáveis não são independentes. Pela análise dos resíduos, apresentados na tabela a seguir ao teste de qui-quadrado, chegamos à conclusão que existe

tendência para a classe etária mais jovens responder que não conhece (resíduo = 6.4) e tendência para a classe etária seguinte responder que conhece os instrumentos de gestão (Resíduo = 6.1).

Tabela 3 - Teste de Qui-quadrado para a terceira hipótese de investigação

Testes qui-quadrado			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	9,490 ^a	4	,050
Razão de verossimilhança	10,743	4	,030
Associação Linear por Linear	,874	1	,350
N de Casos Válidos	162		

a. 2 células (20,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 2,64.

Tabela 4 - Tabela cruzada para idade e Instrumentos de gestão de negócios – Análise de resíduos

Tabulação cruzada Idade * Reconhece os principais instrumentos da gestão de negócios

			Reconhece os principais instrumentos da gestão de negócios		
			Sim	Não	Total
Idade	De 17 a 25 anos	Contagem	3	22	25
		Resíduo	-6,4	6,4	
	De 26 a 35 anos	Contagem	34	40	74
		Resíduo	6,1	-6,1	
	De 36 a 45 anos	Contagem	16	25	41
		Resíduo	,6	-,6	
	De 46 a 55 anos	Contagem	6	9	15
		Resíduo	,4	-,4	
	56 anos ou mais	Contagem	2	5	7
		Resíduo	-,6	,6	
Total		Contagem	61	101	162

➤ **As mulheres que trabalham há mais tempo na Zunga possuem maior diversidade de produtos à venda.**

Para esta quarta hipótese de investigação voltamos a aplicar o teste de Qui-quadrado, pelas mesmas razões já apresentadas anteriormente.

Avaliadas as condições de aplicabilidade, resolvemos avançar com o teste, sendo a hipótese nula a que considera que as variáveis envolvidas são independentes e a hipótese alternativa a que apresenta as variáveis ‘Antiguidade na atividade de Zungueira’ e ‘Quantidade de produtos comercializados’ como não independentes. Pela análise da tabela seguinte podemos verificar que $\text{sig} = 0.003 < \alpha = 0.05$, logo rejeitamos a hipótese nula.

Tabela 5 - Teste de Qui-quadrado para a hipótese de investigação número quatro

Testes qui-quadrado			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	22,988 ^a	8	,003
Razão de verossimilhança	19,936	8	,011
Associação Linear por Linear	10,644	1	,001
N de Casos Válidos	162		

a. 6 células (40,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,04.

Analisando os valores de resíduos chegamos à conclusão que quem está entre 1 a 2 anos possui só um tipo de produto, aquelas que estão entre 6 e 10 anos geralmente possuem dois produtos e as que estão há mais anos possuem mais tipos de produtos à venda, pelo que vamos validar a hipótese de investigação.

Tabela 6 - Tabela cruzada das variáveis ‘antiguidade como Zungueira’ e ‘quantos tipos de produtos comercializa?’ - análise de resíduos

Tabulação cruzada Tempo de trabalho como Zungueira * Quantos tipos de produtos comercializa?

			Quantos tipos de produtos comercializa?			Total
			1 Tipo	2 Tipos	Vários	
Tempo de trabalho como Zungueira	Menos de 1 ano	Contagem	2	1	3	6
		Resíduo	1,0	-,3	-,6	
	Entre 1 e 2 anos	Contagem	7	2	3	12
		Resíduo	4,9	-,7	-,3	
	Entre 3 e 5 anos	Contagem	13	13	40	66
		Resíduo	1,6	-,7	,1	
	Entre 6 e 10	Contagem	4	16	33	53

	anos	Resíduo	-5,2	4,2	,9	
	Mais de 10 anos	Contagem	2	4	19	25
		Resíduo	-2,3	-1,6	3,9	
Total		Contagem	28	36	98	162

➤ **As mulheres que trabalham há mais anos como Zungueira são as que fazem algum tipo de gestão**

Nada podemos concluir porque não foi possível aplicar o teste de Qui-quadrado por não estarem reunidas as condições de aplicabilidade, conforme é visível na tabela seguinte, 30% das células esperam uma contagem menor do que 5, sendo o máximo permitido igual a 20% destas células.

Tabela 7 - Teste de Qui-quadrado para quinta hipótese de investigação

Testes qui-quadrado			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	25,583 ^a	4	,000
Razão de verossimilhança	23,146	4	,000
Associação Linear por Linear	11,777	1	,001
N de Casos Válidos	162		

a. 3 células (30,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,33.

➤ **O rendimento diário é igual para todos os estados civis das Zungueiras**

Aplicamos um teste não paramétrico – Kruskal Wallis. Admitimos na hipótese nula que a distribuição de rendimento por dia de zunga é igual para todas as categorias do estado civil e como hipótese alternativa a existência de pelo menos um grupo com distribuição de rendimentos diferente dos outros.

Tabela 8 - Teste Kruskal Wallis para a sexta hipótese de investigação

Resumo de Teste de Hipótese

	Hipótese nula	Teste	Sig.	Decisão
1	A distribuição de Quanto ganha diariamente é a mesma entre as categorias de Estado Civil.	Teste de Kruskal-Wallis de Amostras Independent es	,821	Reter a hipótese nula.

São exibidas significâncias assintóticas. O nível de significância é

Como se pode observar pela tabela anterior $\text{sig} = 0.821 > \alpha = 0.05$, logo não se rejeita a hipótese nula, não existem diferenças de rendimento para as diferentes categorias de estado civil das Zungueiras.

- **As mulheres mais jovens são as que apresentam maior tendência para deixar o trabalho informal e encontrar um trabalho na economia formal.**

Iniciamos pelo teste de Qui-quadrado, pelas razões já apontadas anteriormente. Depois de verificadas as condições de aplicabilidade e sendo a hipótese nula aquela em que admitimos que as variáveis em análise são independentes e a hipótese alternativa a que admite que a idade e a intenção de deixar o trabalho informal não são independentes.

De acordo com a tabela seguinte devemos rejeitar a hipótese nula e fazer a análise de resíduos para identificar as tendências que influenciam a não independência das variáveis.

Tabela 9 - Teste de Qui-quadrado para a sétima hipótese de investigação

Testes qui-quadrado			
	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	30,110 ^a	4	,000
Razão de verossimilhança	26,330	4	,000
Associação Linear por Linear	23,709	1	,000
N de Casos Válidos	162		

a. 2 células (20,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,64.

Pela observação da tabela seguinte verificamos que são justamente as mulheres das duas classes etárias mais baixas a que têm intenção de procurar um novo emprego na economia formal e as que pertencem às classes etárias mais elevadas as que não tencionam procurar um novo emprego na economia formal. As primeiras apresentam valores de resíduos de 3.9 e 5.4 respetivamente e as segundas de -6.5 e -3.4.

Tabela 10 - Tabela cruzada entre a idade e a intenção de futuro

Tabulação cruzada Idade * Intenção para o futuro

			Intenção para o futuro		Total
			Pretende ter um emprego formal	Pretende continuar no mercado informal	
Idade	De 17 a 25 anos	Contagem	23	2	25
		Resíduo	3,9	-3,9	
	De 26 a 35 anos	Contagem	62	12	74
		Resíduo	5,4	-5,4	
	De 36 a 45 anos	Contagem	32	9	41
		Resíduo	,6	-,6	
	De 46 a 55 anos	Contagem	5	10	15
		Resíduo	-6,5	6,5	
	56 anos ou mais	Contagem	2	5	7
		Resíduo	-3,4	3,4	
	Total		124	38	162

No quadro seguinte apresentamos as validações ou não validações das hipóteses de investigação levantadas.

Quadro 13 - Validação das Hipóteses de Investigação

Nº	Hipóteses de investigação	Validação
1	As mulheres mais jovens são as que se consideram empreendedoras	Não validada
2	O nível de escolaridade influencia o grau de conhecimento sobre os instrumentos de gestão	Nada se conclui
3	A idade influencia o grau de conhecimento sobre os instrumentos de gestão	Validada
4	As mulheres que trabalham há mais tempo na Zunga possuem maior diversidade de produtos à venda	Validada
5	As mulheres que trabalham há mais anos na Zunga são as que fazem algum tipo de gestão	Nada se conclui
6	O rendimento diário é igual para todos os estados civis das Zungueiras	Validada
7	As mulheres mais jovens são as que apresentam maior tendência para sair do trabalho informal e encontrar um trabalho na economia formal	Validada

Fonte: a autora

Conclusões

Discussão e implicações para a Teoria

Tendo em conta o tema da presente investigação ‘A gestão da sobrevivência no mercado informal de São Paulo em Luanda: O caso das Zungueiras’ o trabalho procurou definir o comportamento destas mulheres na senda pelo rendimento que lhes permite sustentar as suas famílias e o modo como desenvolvem o seu negócio, mesmo que este só exista no mercado informal.

Após a análise de resultados chegamos à conclusão que a maioria das mulheres que se dedica a essa atividade é jovem, isto é, tem idade entre 17 e 35 anos, possuem mais de quatro filhos, são casadas, vivem com agregados familiares com mais de seis pessoas e tem pouca instrução.

Em relação à atividade desenvolvida a maioria encontra-se nela há muitos anos, principalmente por não terem outra atividade profissional e porque têm necessidade de sustentar a família. Verificamos que a maioria vende produtos alimentares, comercializando vários produtos, como estratégia de diversificação, adquiridos em armazéns, trabalhando entre 5 e 8 horas por dia, trazendo para casa um lucro diário que varia entre 3000 e 5500 Kwanzas, o que corresponde a um valor em euros que varia entre 7.75 e 14.20€.

A grande maioria das Zungueiras é a principal fonte de rendimento das suas famílias e vê como benefício da sua atividade a possibilidade de fazer face às despesas familiares, sentindo-se como uma empreendedora. Reconhece os instrumentos de gestão e possui um modo de gestão próprio que lhe permite controlar o negócio e conseguir lucros.

Quanto às táticas de sobrevivência não existe uma uniformidade nas respostas, enquanto umas perspetivam o aumento do fluxo dos clientes ou do volume de negócio, outras sonham com a constituição de um negócio formal, referindo que gostariam de abrir a sua própria loja no mercado formal.

Quase todas as mulheres sentem-se pouco valorizadas pela sociedade, trabalham em condições muito precárias, sem infraestruturas e sem acesso a qualquer tipo de ajudas. Muitas sentem-se perseguidas pelos polícias e fiscais que lhes ficam com as mercadorias e por todas essas razões essa atividade é apontada com muito difícil ou difícil, cansativa e desgastante.

Um problema muito sentido pelas mulheres era o de conjugar o papel no mercado e o papel de reprodução, cuidado diário com os filhos e com a lida da casa.

Existia uma forte rede de solidariedade dentro do meio das Zungueiras. Outra expressão de solidariedade é refletida na existência da “kiliquila”, que corresponde a um circuito de ajuda mútua, que as mulheres praticam e que as apoia na falta de capital inicial.

No que respeita à motivação para iniciar o negócio, podemos afirmar que é a necessidade de sustentar as suas famílias, garantir a sobrevivência do agregado familiar.

O circuito económico era neste contexto tão simples, que tudo o que as Zungueiras entrevistadas conseguiam, como o rendimento de um dia era pagar as despesas de sobrevivência daquele dia.

A existência de discriminações e preconceitos em relação ao género resulta bem evidente nas entrevistas que esclarecem a divisão do trabalho dentro da família e no mercado, e na falta de qualquer tipo de apoio por parte do Estado.

As más condições de trabalho e a relação tensa com as autoridades levam a um conjunto de problemas e riscos cujos mais evidentes são: a dificuldade em acumular recursos, as detenções e a apreensão ou extorsão de produtos.

A estruturação das redes de interajuda e das solidariedades constitui o mecanismo privilegiado para enfrentar o risco partilhado das Zungueiras.

O ingresso na economia informal constitui uma estratégia de sobrevivência de forma a aumentar os rendimentos, face as dificuldades vividas e as ineficiências das políticas públicas, foram possíveis comprovar-se pelas entrevistas e pelo resultado dos dados.

A complexidade da economia informal, onde existe ainda a ausência de um consenso quanto à própria terminologia, constitui um dos primeiros obstáculos aos poderes públicos que de forma constante procuram medidas para contenção problema.

Apesar dos esforços das autoridades em implementar melhorias nas condições sociais, principalmente desde o fim do conflito armado, Angola ainda enfrenta grandes desafios para a redução da pobreza e o aumento do desenvolvimento humano. A não concretização das políticas e promessas, por parte do governo provincial de Angola acarreta consigo revolta por parte dos cidadãos que desencadeiam comportamentos de rebeldia e resistência, para poderem sobreviver.

A maioria avalia de forma negativa a forma como o Estado procura resolver o problema da economia informal e não acredita que a Zunga tenha o seu fim nos próximos anos.

Em relação às hipóteses de investigação colocadas podemos concluir que o espírito empreendedor é independente da idade e não é apanágio das mulheres mais jovens e que a idade influencia o grau de conhecimento dos instrumentos de gestão que podem usar na atividade comercial e que facilitam o dia a dia.

Ficou estatisticamente provado que as mulheres com mais antiguidade na Zunga são as que comercializam uma maior diversidade de produtos. Verificamos, também, que o rendimento diário é independente da idade da Zungueira. Validamos a hipótese de que as mulheres mais jovens são as que apresentam maior tendência para sair do trabalho informal, essencialmente por ambicionarem um trabalho no mercado formal, por abertura de um negócio ou pelo aumento das habilitações académicas e profissionais que possibilitam o ingresso neste mercado.

Em Angola, a maioria das mulheres, que exerce a sua atividade comercial no mercado informal, desenvolve um empreendedorismo solidário, com características únicas, quer no que respeita à forma de gestão, modo de produção, forma de proteção coletiva e objetivos.

É certo que a construção deste tipo de empreendedorismo carece de ferramentas de gestão para promover a sua sustentabilidade e viabilidade económica. No entanto, compreendemos que a prioridade é ultrapassar as dificuldades que se prendem com o facto de se tratar de uma atividade extremamente cansativa e desgastante. Em primeiro lugar devido às deficientes condições de trabalho que enfrentam diariamente e ao receio constante dos polícias e fiscais, que quando as apanham confiscam os seus bens, impossibilitando o negócio naquele dia e gerando prejuízos. Esta situação faz com que seja um dia ainda mais difícil, sem sustento para a família.

A fome é uma constante bem como, a dificuldade em sustentar a família. Não só nas necessidades básicas, como também no seu desejo em dar instrução e formação às gerações mais jovens, para que estas não tenham que passar pelas mesmas dificuldades.

E apesar de compreenderem e reconhecerem a importância dos instrumentos de gestão, o que é referido pelas mais novas e mais instruídas, tal não tem sido possível devido ao facto de enfrentarem tantas dificuldades no dia a dia. Diríamos que nem existe disponibilidade mental para poderem operacionalizar ainda mais estes instrumentos.

Os resultados apontam que algumas mulheres que exercem a atividade de Zungueira reconhecem os instrumentos de gestão o que lhes vai permitir passar para o mercado formal,

constituindo o seu próprio negócio, como é seu desejo, como forma de sair da precaridade em que se encontram. Um outro aspeto que podemos concluir diz respeito à importância da existência de uma rede de apoio.

Em suma, podemos concluir que:

- a) Grande parte das zungueiras que vendem no mercado informal do São Paulo não possui conhecimentos básicos para a realização de um plano de negócio;
- b) Apesar de agirem por instinto no que se refere à estratégia de sobrevivência, a maioria das mulheres nos mercados informais fazem um empreendimento solidário com características singulares quanto à forma de gestão, modo de produção, remuneração e finalidade, elas não conhecem os aspetos básicos da gestão de negócios, não possuem conhecimentos que lhes possam conduzir a um negócio sustentável que aumente a sua margem de lucros. Entretanto sabemos a importância e necessidade das ferramentas de gestão para promover a sustentabilidade, viabilidade económica do negócio.
- c) Na sua maioria a Zungueira obtém as fontes de financiamento através da kixiquila e também de familiares e amigos, fazendo empréstimos que consideram mais fáceis e menos burocráticos, também se deve ao facto de não terem acesso a instituições bancárias, pois estas não dão credibilidade às Zungueiras pois elas não possuem os requisitos exigidos e estabelecidos pelas instituições bancárias no que concerne ao retorno de empréstimos. As zungueiras consideram os bancos muito burocráticos e existe uma desconfiança mútua entre ambos;
- d) Ainda existe por parte destas mulheres o sentimento da discriminação no mercado de trabalho, o que as leva a optar pela informalidade elas acreditam que estão excluídas da sociedade apesar de sonharem em mudar de posição.

Por último, podemos afirmar que é imprescindível encontrar um modelo de plano de negócios, mais simples, que possa orientar as atividades no mercado informal, para as ajudar a enfrentar as suas tarefas diárias. A par da realização de ações de formação que as ensine os fundamentos da gestão, como ferramenta de trabalho, que auxilie a aumentar os ganhos e a reduzir as perdas.

Sarmento (2013, p. 210) chama a atenção da necessidade de referir “as limitações ou problemas encontrados na elaboração da investigação e as respetivas soluções, fazendo uma análise crítica do trabalho realizado”

Limitações da investigação

Apresentamos duas limitações que encontramos na resolução desta investigação. Por um lado, há uma grande escassez de informação e estatísticas sobre os problemas do género em Angola e as suas ligações com o desenvolvimento. Por outro lado, tivemos uma luta contra o tempo, uma vez que a nossa estadia em Luanda para fazer a recolha de informação foi muito reduzida por ser dispendiosa, o que limitou a quantidade de entrevistas e de inquéritos de pudemos realizar. Paralelo a esse problema esteve a sensação de falta de segurança experienciada pela investigadora durante o tempo que decorreram as entrevistas, em parte devido ao material de recolha de dados áudio e vídeo que estávamos a usar. Por vezes, no decorrer das entrevistas ou dos inquéritos surgiam os fiscais e as Zungueiras dispersavam e ficamos com a recolha inacabada o que invalidava o questionário.

É importante referir que o nosso estudo corresponde às Zungueiras que exercem a sua atividade no mercado de São Paulo em Luanda, a população alvo que estava ao alcance da investigadora, ou seja uma pequena amostra no universo de Zungueiras que existem em todos os mercados de Angola e por este motivo nossa amostra não é representativa.

Ficam, portanto, registadas as lições e partilhadas as experiências que outros pesquisadores poderão vivenciar, ainda que de forma diferente e, em diferentes contextos.

Pistas para futuras investigações

Espera-se que o estudo tenha servido para aumentar a consciência social sobre o trabalho das Zungueiras. Uma vez que acreditamos que foi importante identificar os fatores que contribuem para esta prática e compreender os desafios que enfrentam as mulheres que zungam em Luanda, no mercado de São Paulo.

No devido tempo, espera-se que este estudo leve a estudos posteriores sobre as práticas da economia informal, não só direcionados para as Zungueiras como foi no nosso estudo de caso, mas também a todos aqueles vendedores ambulantes que tem em si o espírito de luta diária para o sustento das suas famílias.

Também pode ter alguma contribuição para a formulação de medidas adequadas para prevenir, reduzir e controlar o problema dos vendedores ambulantes dos vários mercados, uma vez que nesta investigação focamos as suas dificuldades e fragilidades e nas necessidades, uma vez que a partir da identificação do problema é sempre mais fácil encontrar soluções.

Dai acreditamos que os resultados obtidos da pesquisa irão contribuir para um aprimoramento de políticas, programas serviços e ações que o governo e as organizações da sociedade civil venham a desempenhar futuramente.

Referências Bibliográficas

- Afonso, O., Gonçalves, N., & Ferreira, H. (2015). Economia informal e exclusão social. Working Paper 38. *Observatório de Economia e Gestão da Fraude (OBEGEF)*. Vila Nova de Famalicão.
- Amaral, I. (2005). Importância do Setor Informal na Economia Urbana dos Países da África Subsariana. *Finisterra*, XI, 79, pp. pp. 53-79.
- Arcanjo, R., & Marques, J. (2012). Gestão, Inovação e Tecnologia para a Sustentabilidade. *Simposio para a Gestão e Tecnologia*.
- Astuto, M. (2013). *Decisões Estratégicas: Um estudo de caso comparativo no segmento de alimentação fora do lar em Manaus*. Lisboa: ISG.
- Caleiras, J. (2011). *Para além dos números - Experiências pessoais do desemprego: Trajetórias de empobrecimento, experiências e políticas (Tese de Doutoramento em Sociologia)*. Coimbra: Universidade de Coimbra.
- Capechi, V. (1989). The Informal Economy and the Development of Flexible Specialization. Em P. e. al, *The Informal Economy: studies in advanced and less developed countries*. Baltinor: John Hopkins University Pres.
- Carvalho, J.C., & Filipe, J.C. (2014). *Manual de Estratégia - Conceitos, Prática e Roteiro, 4ª ed.* Lisboa: Sílabo.
- Carvalho, P. (2002). Guerra, nunca mais! In Angola, à procura do seu passo. *Revista Política Internacional* n° 25, pp. pp. 157-163.

- Carvalho, P. (2008). *Exclusão Social em Angola; O caso dos deficientes físicos de Luanda*. Luanda: Kilimbelombe .
- Castro, J., Reschilian, P., & Zanetti, V. (82015). Os condongueiros e a "desordem" urbana de Luanda: uma análise sobre a representação social dso transportes informais. *Urbe - Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 10(1), pp. pp. 7-21.
- CEGEA. (2008). *Economia Informal em Portugal - Relatório Final*. Lisboa: Universidade Católica Portuguesa.
- Checo, A. (2003). *O Papel do Sector Informal no Desenvolvimento: Caso de Moçambique*. Maputo: Faculdade de Economia, UEM.
- Chichava, J. (1998). *O Sector Informal e as Economias Locais*, 2ª ed. Maputo: Ministério da Administração Estatal.
- Chickering, A., & Salahdine, M. (1991). *The Silent Revolution: The Informal Sector in Five Asian and Near Eastern Countries*. Ks Pr.
- Chincala, A. (2011). *As experiências do empreendedorismo feminino em Angola - Divisão do Fomento do Emprego* . Angola: INEFOP.
- Chingala, A. (2011). *As experiências do empreendedorismo feminino em Angola*. Angola: Divisão do Fomento do Emprego - INEFOP.
- Cunha, M. (2006). Formalidade e informalidade: questões e perspectivas. *Etnográfica*, v. 10, n.2, pp. pp 219-231.
- Diniz, F. (2006). *Crescimenti e Desenvolvimento Económico, Modelos e Agentes do Processo*, 2ª ed. Lisboa: Edições Silabo.
- DUM, J. (2014). *Mercados Informais do Município Sumbe da Província do Kuanza Sul: Uma evidência empírica (Dissertação de Mestrado)*. Bragança: Instituto Politécnico de Bragança.
- Ernesto, A. (2019). *A Economia Informal em Angola: Caracterização do Trabalhador Informal*. <http://osisa.org/wp-content/uploads/2019/03/Informal-Economy2.pdf>, visualizado a 10.07.2019.
- Feliciano. (2008). *Proteção social, Economia Informal e Exclusão social nos PALOP*. Luanda: Principia.
- Fernandes, L. (2013). O que faz falta é sermos empreendedores. Em J. Soeiro, M. Cardina, N. Serra, & (org.), *Revista de História i Cultura*, 370 (pp. pp. 12-14). Lisboa: L'Avenç.
- Ferreira, H., Gonçalves, N., & Afonso, O. (2014). *Sobre(vidas). A economia informal e a inclusão social de públicos desfavorecidos*. Porto: EAPN - rede Europeia Antipobreza, 18. Edições EAPN Portugal.

Níria Francisco – A Gestão da Sobrevivência no Mercado Informal de São Paulo em Luanda: O caso das Zungueiras

Ferreira, M. (1999). *A Indústria em tempo de guerra (Angola, 1975-91)*. Luanda: Edições Cosmo - Instituto de Defesa Nacional.

Fortin, M. (2003). *O processo de investigação: da concepção à realização 3ª ed.* Loures: Lusociência.

Freixo, M. (2011). *Metodologia Científica: Fundamentos, Métodos e Técnicas, 3ª ed.* Lisboa: Instituto Piaget.

GDRC. (2016). Distinguishing Characteristics of the Informal Setor.
https://www.gdrc.prg/informal/1-is_characteristics.html (Visualizado a 17 de outubro de 2016).

Gil, A. (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social 6ª ed.* São Paulo: Atlas.

Gonçalves, J. (2011). *A Economia ao longo da História de Angola*. Luanda: Mayamba Editora.

Hallak-Neto, J., Namir, K., & Kozovits, L. (2012). Setor e Emprego Informal no Brasil: Análise dos resultados da nova série do Sistema de Contas Nacionais 2000/7. *Economia e Sociedade, Campinas v.21, n.1, ano 44*.

Hespanha, P. (2001). *Enfrentar a Vulnerabilidade Social: As Famílias e as Políticas em passo certo?* Coimbra: Centro de Estudos Sociais.

Hespanha, P. (2009). Microempreendedorismo. Em A. Cattani, J. Laville, L. Gaiger, & (org), *Dicionário Internacional da Outra Economia* (pp. pp. 248-254). Coimbra: São Paulo: Almedina/CES.

Hunger, J., & Wheelen, T. (2002). *Gestão Estratégica: Princípios e Práticas, 2ª ed.* Reichmann & Affonso Editores.

ILO. (1972). *International Labour Organization. Employment, incomes and equality in Kenya: a strategy for increasing productive employment in Kenya*. Geneve.

INE. (2006). *O Sector Informal em Moçambique: Resultados Definitivos do INFOR-2004*. Maputo: INE.

Kaplan, R.S., & Norton, D. (2008). *Execution Premium: Linking Strategy to Operations for Competitive Advantage*. Harvard: Harvard Business Press.

Krein, J., & Proni, M. (2010). *Economia Informal: aspectos conceituais e teóricos*. Brasília: OIT.

Lacombre, F. (2009). *Teoria Geral da Administração*. São Paulo: Saraiva.

Liberato, E. (2015). O antes, o agora e o depois: Angola 40 anos depois. *Mulemba, 5(10)*, pp. pp. 31-51.

- Lima, J. (2010). Participação, empreendedorismo e autogestão: uma nova cultura do trabalho? *Sociologias*, ano 12 n. 25, pp. pp 158-198.
- Lopes, C. (2006). Candongueiros, Kinguilas, Roboteiros e Zunqueiros: Uma dogressão pela Economia Informal de Luanda. *Lusotopie*, XIII (1), pp. pp. 163-183.
- Lopes, C. (2008). Comércio informal, transfronteiriço e transnacional: Estudo de caso no mercado de S. Pedro (Huambo) e nos mercados dos Kwanzas e Roque Santeiro (Lunada). *Scielo*.
- Lopes, C. (2008). *Mercado Roque Santeiro: en el corazón de la economía informal de Luanda*. Luanda: Nova África.
- Lopes, C. (2011). *Candongueiros e Kupapatas: Acumulação, Risco e Sobrevivencia na Economia Informal de Angola*. Lisboa: Princípia.
- Lopes, C. (2014). A Economia Informal em Angola: breve panorâmica. *Revista Angolana de Sociologia*, 14.
- Lopes, C., Feliciano, J., & Rodrigues, C. (2008). *Proteção Social, Economia Informal e Exclusão Social nos PALOP*. Liboa: Princípia.
- Mateus, D. (2006). *Os meus pés descalços*. Luanda: UEA.
- Máximo-Esteves, L. (2008). *Visão panorâmica da Investigação-Ação*. Porto: Porto Editora.
- McKinsey, & Company. (2004). *Eliminando as barreiras ao crescimento económico e à economia formal no Brasil*. São Paulo: McKinsey & Company Inc.
- Medina, L., & Gil, E. (2010). *Estratégias familiares*. Madrid: Alianza Editorial SA.
- Mendes, M. (2012). *Empreendedorismo e Crescimento Económico (Dissertação de Mestrado em Marketing e Gestão Estratégica)*. Braga: Universidade do Minho.
- Mosca, J. (2009). Dinâmicas de Pobreza e Padrões de Acumulação Económica em Moçambique. *II Conferência IESE - Instituto de Estudos Sociais e Económicos*.
- Nogueira, M. (2016). *A Problemática do dimensionamento da Informalidade na Economia Brasileira*. Instituto de Pesquisa da Economia Aplicada.
- OIT. (2002). Decent work and the informal economy. *90ª Conferência Internacional do Trabalho*.
- Oliveira, S. (2012). Modos de vida da pobreza em Angola. *Revista Angolana de Sociologia*, pp. pp. 125 - 134.
- Oliveira, S. (2012). Olhar a pobreza em Angola: Causas, consequências e estratégias para a sua erradicação. *Ciências Sociais Unisinos*, 48(1), pp. pp. 29-40.

- Oliveira, S., & Simonetti, V. (2010). Intuição e percepção no processo decisório de microempresa. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, v.3, n.3, pp. pp. 52-66.
- Pardal, L., & Lopes, E. (2011). *Métodos e técnicas de investigação social*. Porto : Areal Editores.
- Piepoli, S. (2006). Impactos sociofamiliares do desenvolvimento de mulheres em negócios informais: apontamentos sobre a situação em Maputo. Em J. Mosca, J. Zangala, & (Coord.), *Economia PALOP*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Pires, F., & Macia, S. (2009). O setor informal nas áreas urbanas. *INE - Maputo*.
- Quintas, J. (2013). *O Empreendedorismo Feminino_ Estudo no Mercado de Humabo - Angola*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- Ramos, C. (2007). Setor Informal do excedente Estrutural à Escolha Individual. Marcos Interpretativos e Alternativas de Política. *Revista Económica*, v.9, n.1.
- Ribas, R., & Golgher, A. (2006). Vulnerabilidade à Pobreza no Brasil: Medindo o risco e condicionalidade a partir da função de consumo das famílias. *ABEP - Associação Brasileira de Estudos Populacionais - XV Encontro de Estudos Populacionais em Minas Gerais*.
- Rocha, A. (2012). *Estudo sobre o Empreendedorismo em Angola*. Angola: Universidade Católica de Angola (UCAN) - Centro de Estudos e Investigação Científica.
- Rocha, A. (2013). *As transformações económicas estruturais na África Subsariana (2000-2010)*. Luanda: Mayamba Editora.
- Rocha, A. (2013). *As transformações económicas estruturais na África Subsariana (2000-2010)*. Luanda: Mayaba Editora.
- Rocha, A. (2014). As Perspetivas de Crescimento Económico de Angola Até 2020. *CEIC - Working Paper nº 2 - Universidade Católica de Angola*.
- Santos, F. (2011). Estudo de Caso como Ferramenta Metodológica. *Meta: Avaliação*, v.3, n.9, pp. pp. 344-347.
- Sarmiento, M. (2013). *Metodologia Científica para a Elaboração, escrita e Apresentação de Teses*. Lisboa: Universidade Lusíada Editora.
- Sarathi, A. (1983). The informal sector in developing countries: a macro view-point. *Journal of Contemporarity Asia*, 13(4), pp. pp 13-33.
- Schneider, F., & Klinglmair, R. (2004). Shadow Economies around the World: What Do We Know? *Discussion Papper: IZA - Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit*.

Níria Francisco – A Gestão da Sobrevivência no Mercado Informal de São Paulo em Luanda: O caso das Zungueiras

Silva, C. (2010). *Impacto da Economia Informal no Processo de Desenvolvimento da África Subsariana (Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento e Cooperação Internacional)*. Lisboa: ISEG - UTL.

Silva, O. (s.d). *O impacto da Economia Informal no processo de desenvolvimento na África Subsariana*. Lisboa: ISEG.

Sousa, A. (2005). *Investigação em Educação*. Lisboa: Livros Horizonte.

Sousa, F. (2014). *Economia Informal; Vulnerabilidade Social; Pobreza; Estratégias de Sobrevivência; Redes Sociais*. Coimbra: FEUC.

Tamayo, M. (2002). *Es México el rey de la piratería*. Máxico: Ed. Limusa.

Tiryaki, G. (2008). A Informalidade e as Flutuações na atividade económica. *EST. ECON.*, v. 38, n.1, pp. pp 97-125.

Todaro, M., & Smith, S. (2003). *Economic Development, 8Th edition*. Boston: Addison Wesley.

Ventura, M. (2007). O Estudo de Caso como Modalidade de Pesquisa. *Rev SOCERJ*, 20(5), pp. pp. 383-386.

Vidal, N. (2006). Política, Sectores Sociais e Sociedade Civil em Angola. Em N. Vidal, J. Andrade, & (Coord), *Sociedade Civil e Política Em Angola*. Luanda: Firmamento.

Vilelas, J. (2009). *Investigação. O processo de construção do conhecimento*. Lisboa: Edições Sílabo.

Yin, R. (2010). *Estudo de caso:Planeamento de Métodos, 4ª ed*. Porto Alegre: Bookman.

Anexos e Apêndices

Anexo I - Políticas e Instrumentos de Intervenção lançados pelo Governo para a conversão da economia informal em formal

Instrumentos	Descrição	Público-alvo	Ano de Criação	Âmbito	Organismos	Outros Intervenedores
Políticas Governamentais: Leis						
Lei das Micro, Pequenas e Médias Empresas - 30/11	Esta lei tem como objectivo favorecer a criação e/ou o fomento das MPME por meio da simplificação de práticas administrativas; de regulamentação e de facilitação do acesso aos mercados e a novas oportunidades de negócios, bem como da formalização de parcerias visando o desenvolvimento de novos produtos e serviços em geral.	Micro, Pequenas e Médias Empresas formais e informais	Setembro 2011	Nacional		
Lei das Cooperativas				Nacional		
Políticas Governamentais: Programas						
Incubadora de Empresas	Conjunto de serviços de apoio à criação de novos empreendimentos (micro e pequenas empresas). Capacitação de empresários e potenciais empresários em matéria de actuação no mercado ou descoberta de novos mercados.	Empreendedores formais e informais	Maio 2007	Luanda	MAPTSS	Chevron Taxaco, PNUD, Infodev e o Programa Empresarial Angolano
Programa de Apoio ao Pequeno Negócio - PROAPEN (BUE)	Visa a formalização e financiamento de pequenos negócios, sendo que todos os processos se efectivam num mesmo espaço físico (Balcão Único do Empreendedor)	Informais	Maio 2012	Nacional	Ministérios da Economia, Comércio, Justiça, e das Finanças	BPC, BCI
Programa de Aquisição de Produtos Agrícolas aos Camponeses (PAPAGRO)	Consiste na aquisição da produção agrícola pelo governo (financiamento BPC) que por sua vez se responsabiliza pelo escoamento desta para os principais centros de consumo, Centros de Logística e Distribuição (CLOD).	Camponeses e empresários agrícolas	2013	Nacional	Ministério do Comércio	BPC
Fomento ao Cooperativismo		Cooperativas	Em estudo		Ministério da Economia	
Programa BANKITA	Programa lançado pelo Banco Nacional de Angola com o intuito de impulsionar a inclusão ao sistema bancário para populações mais carentes a um valor mínimo da abertura de conta de 100 Kz2 de forma que possam beneficiar de instrumentos financeiros como o microcrédito e/ou explorar os benefícios da poupança.	Trabalhadores informais e demais	2011	Nacional	Banco Nacional de Angola e Bancos Comerciais	Principais Bancos Comerciais intervenientes: BPC, BCI, BFA, BANCO SOL, BAI MICRO FINANÇAS, BCA, Banco Kevi, BNI e SIC

Anexo II - Instrumento para fomento de pequenas atividades empreendedoras lançados pelas Instituições Financeiras

Tipo de Instituições	Nome	Descrição	Público-alvo	Ano de criação	Âmbito
Sociedades de Crédito	Facicréd (BNI)	Apresenta múltiplas soluções para fomentar o empreendedorismo e criar condições para que os Angolanos não bancarizados possam aceder ao crédito com taxas reduzidas.	Micro e pequenas empresas e pessoas individuais	00-2012	ND
	Kixicrédito (Angola)	Destina-se a dar assistência às populações deslocadas durante o período das confrontações militar e apoiar, sobretudo, as mulheres para desenvolverem pequenas actividades geradoras de rendimentos para sustento familiar	Pequenas iniciativas	2008	Nacional
Instituições Bancárias	BAI Micro Finanças (BMF)	Financiamento de pequenos negócios	Micro e pequenas empresas	00-2004 (antes Novo Banco)	ND
	Banco Sol	O Programa Microcrédito Banco Sol visa o aumento do rendimento familiar de pequenos empreendedores com baixos ganhos, ou com dificuldades de acesso ao crédito bancário ou até mesmo, em alguns casos, pessoas classificadas como excluídas do sistema bancário clássico.	Os micro e pequenos empreendedores, que não têm acesso ao crédito bancário formal,	2001 (Microcrédito)	Nacional
	Banco de Poupança e Crédito (BPC)	Atende Médias, Pequenas Empresas abrangidas pelos programas do Governo	Beneficiários dos programas do Governo	ND	Nacional
	Banco de Comércio e Indústria	Idem	Beneficiários dos programas do Governo	ND	Nacional

Anexo III- Regulamento da Venda Ambulante

I SÉRIE — N.º 22 — DE 2 DE JUNHO DE 2000 541

3. Quando não estejam expostos para venda, os produtos alimentares devem ser guardados em lugares adequados à preservação do seu estado e em condições higio-sanitárias.

4. Na embalagem ou acondicionamento de produtos alimentares só pode ser usado papel ou outro material que não tenha sido utilizado e que não contenha desenhos, pictogramas ou caracteres impressos ou escritos na parte interna.

ARTIGO 8.º
(Cartão de sanidade)

1. As pessoas que intervêm no acondicionamento, transporte ou venda de produtos alimentares serão obrigatoriamente portadoras do cartão de sanidade, nos termos da legislação em vigor.

2. Sempre que se suscitem dúvidas sobre o estado de sanidade do vendedor ou de qualquer dos indivíduos referidos no número anterior, será esse intimado a apresentar-se à autoridade sanitária competente para inspeção.

ARTIGO 9.º
(Publicidade enganosa)

São proibidas falsas descrições ou informações sobre a identidade, origem, natureza, composição, qualidade, propriedades ou utilidade dos produtos expostos à venda.

ARTIGO 10.º
(Atuação de preços)

É obrigatória a afiação, por forma legível e visível para o público, de preços, enquanto os lousas indicando o preço dos produtos expostos.

ARTIGO 11.º
(Produto próprio)

A venda em feiras de artigos de artesanato, artesanato e produtos hortícolas de fabrico ou produção próprios fica sujeita às disposições do presente diploma, com excepção do previsto no artigo anterior.

ARTIGO 12.º
(Periódicidade)

Compete às administrações municipais fixar a periodicidade das feiras, indicando para o efeito as datas, horários, o local, as condições de realização e as taxas a serem pagas.

ARTIGO 13.º
(Fiscalização)

1. O feirante deverá fazer-se acompanhar, para apresentação às entidades competentes para a fiscalização, do cartão de feirante.

2. O feirante, sempre que lhe seja exigida, terá de indicar às entidades competentes para a fiscalização o lugar onde guarda a sua mercadoria, facultando o acesso ao mesmo.

ARTIGO 14.º
(Intervenção)

O exercício da actividade de feirante sem autorização válida prevista no presente regulamento constitui contra-venção punível com a multa em Kwanzas equivalente a 140.00 UCF.

O Ministro, *Vicente Domingos Rossi*.

Cartão de feirante a que se refere o artigo 4.º, ponto 2 do regulamento.

Feira

REPÚBLICA DE ANGOLA
Ministério da Protecção Social
CARTÃO DE FEIRANTE

Nome: _____
Data de nascimento: ____/____/____
Naturalidade: _____
Emite-se em: ____/____/____ Validade: ____/____/____
Este cartão só é válido enquanto o feirante estiver activo.

Venda

1.º — Este cartão serve de modelo único para toda a País.
2.º — Este cartão deverá ser preenchido sempre que solicitado pelas autoridades locais.
3.º — Este cartão só é válido se estiver preenchido com a venda de produtos previstos no diploma da actividade de feirante.

Localização da actividade:
Município: _____ Província: _____
Observações: _____

O Ministro, *Vicente Domingos Rossi*.

Decreto executivo n.º 48/00
de 2 de Junho

O Decreto n.º 29/00, de 2 de Junho, estabelece o comércio ambulante como uma das modalidades de exercício da actividade comercial.

havendo necessidade de se regulamentar a organização e funcionamento do comércio ambulante;

Nos termos do n.º 3 do artigo 114.º da Lei Constitucional, determino:

Artigo 1.º — É aprovado o regulamento sobre o exercício da venda ambulante anexo ao presente decreto executivo a que dele faz parte integrante.

543	DIÁRIO DA REPÚBLICA
Art. 3.^o — É revogada toda a legislação que contrarie o disposto no presente diploma. Art. 3.^o — As dívidas e sanções sancionadas pela interpretação e aplicação do presente decreto executivo serão resolvidas por despacho do Ministro. Art. 4.^o — Este diploma entra em vigor na data da sua publicação.	a) identificação do requerente; b) fotocópia do bilhete de identidade; c) duas fotografias; d) cartão de sanidade no caso de venda de produtos alimentares.
Publique-se. Luanda, aos 25 de Abril de 2000. O Ministro, <i>Wávrino Domingos Ilisso</i>.	ARTIGO 1.^o (Pêlo e renovação)
REGULAMENTO DO EXERCÍCIO DA VENDA AMBULANTE	1. O pedido de emissão do cartão deverá ser deferido pela administração municipal competente no prazo máximo de 15 dias, contados a partir da data da entrega do correspondente requerimento, do que será passado o respectivo recibo. 2. O prazo fixado no número anterior é interrompido pela notificação do requerente para suprir eventual deficiência do requerimento ou da documentação junta, começando a correr novo prazo a partir da data da recepção, na administração municipal, dos documentos pedidos. 3. A renovação anual do cartão de «estabelecimento ambulante» deverá ser requerida até 30 dias antes de caducar a respectiva validade.
ARTIGO 2.^o (Definição)	ARTIGO 5.^o (Proibição)
Conceito ambulante é a atividade comercial e resulto exercida de forma não sedentária, por indivíduos que transportam mercadorias, que atuam dos seus próprios meios, quer por veículos de tração animal e se vendem nos locais do seu trânsito, fora dos mercados urbanos e no município e em locais fixados pelas administrações municipais.	1. É proibido o comércio ambulante dos produtos referidos no ANEXO a este diploma. 2. É proibido no exercício da venda ambulante a atividade de comércio por gémeos.
ARTIGO 3.^o (Âmbito de aplicação)	ARTIGO 7.^o (Espaço e espaço)
1. O presente regulamento aplica-se às pessoas singulares não licenciadas para o exercício de outras atividades comerciais. 2. Sem prejuízo do estabelecido no artigo anterior, o exercício da venda ambulante é vedado às sociedades, aos mandatos e aos comerciantes em nome individual. 3. Exceptuam-se do âmbito de aplicação do presente diploma a distribuição domiciliada efetuada por conta de comerciantes com estabelecimento fixo, a venda de lotarias, jogos e outras publicações periódicas.	1. No espaço e venda dos produtos de um comércio, deverão os vendedores ambulantes utilizar individualmente tabuleiro de dimensões não superiores a 1,20 m x 1 m e colocado a uma altura máxima de 0,70 m do solo, salvo nos casos em que as coisas para o efeito possam à disposição pelas administrações municipais ou o transporte utilizado justificar a dispensa do seu uso. 2. Compete às administrações municipais organizar o cumprimento do estabelecido no número anterior relativamente à venda ambulante que se revista de características especiais.
ARTIGO 4.^o (Atribuição)	ARTIGO 8.^o (Ativos e informações a prestar)
Compete às administrações municipais autorizar o exercício da venda ambulante, mediante emissão do cartão de vendedor, válido apenas para a área dos respectivos municípios e por um período de um ano.	1. Os tabuleiros, bancadas, pavilhões, velaturas, rebocos ou quaisquer outros meios utilizados na venda deverão constar afixada, em local bem visível ao público, a indicação do nome, morada e número do cartão do respectivo vendedor. 2. Os tabuleiros, bancadas ou bancadas utilizadas para a exposição, venda ou armazenagem de produtos alimentares deverão ser construídos com material consistente e seguros e fáceis de lavar. 3. São proibidas falsas descrições ou informações sobre a identidade, origem, natureza, composição, qualidade, propriedades ou utilidade dos produtos expostos à venda.
ARTIGO 6.^o (Requisitos)	
1. Para a emissão do cartão, deverão os interessados apresentar na administração municipal «requerimento» elaborado de acordo com a forma própria, no qual será anexa a foto fiscal correspondente à taxa do papel selado. 2. O requerimento referido no número anterior deverá ser instruído com os seguintes elementos:	

1. SÉRIE — N.º 22 — DE 2 DE JUNHO DE 2000	543
ARTIGO 8.º (<i>Delimitação de áreas</i>) 1. As administrações municipais competem: a) estabelecer zonas e locais fixos para seles se exercida, com meios próprios ou fornecidos pelas mesmas administrações municipais, a actividade de vendedor ambulante; b) delimitar locais ou zonas a que não sejam os veículos ou rebotoques utilizados na venda ambulante; c) estabelecer zonas e locais especiais para a venda de produtos ambulantes de certas categorias de produtos. 2. Nas localidades dotadas de mercados com instalações próprias só será permitida a actividade de vendedor ambulante de produtos que se vendam nesses mercados, quando estes não existirem lugares vagos para a venda fixa desses produtos. 3. Havendo lugares vagos nos mercados referidos no número anterior, mas verificando-se em determinadas áreas insuficiente atendimento do público, poderão as administrações municipais fixar lugares ou zonas, dentro das mesmas áreas, para o exercício do comércio ambulante limitado no número anterior.	ARTIGO 11.º (<i>Preços</i>) Os preços praticados devem estar em conformidade com a legislação em vigor, sendo obrigatória a afixação de lista indicando os produtos, géneros, artigos expostos e respectivos preços. ARTIGO 12.º (<i>Produtos alimentares</i>) 1. No transporte, armazenagem, exposição e acondicionamento dos produtos é obrigatório separar os alimentos dos de natureza diferente, bem como de entre cada um deles, os que de algum modo possam ser afectados pela proximidade dos outros. 2. Quando não estejam expostos para venda, os produtos alimentares devem ser guardados em lugares adequados à preservação do seu estado e em condições higio-sanitárias. 3. As autoridades sanitárias formulam instruções, segundo as normas de higiene e regras de auto-observar pelos vendedores ambulantes. 4. A venda ambulante dos produtos alimentares de origem animal só será permitida quando esses produtos tenham sido preparados nos estabelecimentos legalmente licenciados.
ARTIGO 10.º (<i>Proibição e identificação</i>) 1. As administrações municipais deverão, ao abrigo da legislação em vigor: a) investigar, condicionar ou proibir a venda ambulante, tendo em atenção aspectos higio-sanitários, estéticos e de conveniência para o público; b) interditar zonas ou extensões do comércio ambulante, de necessariamente de segurança e de trânsito de peões e veículos. 2. É interdito aos vendedores ambulantes: a) impedir ou dificultar por qualquer forma o trânsito nos locais destinados à circulação de veículos e peões; b) impedir ou dificultar o acesso aos meios de transporte público e às paragens dos respectivos veículos; c) impedir ou dificultar o acesso a monumentos e a edifícios públicos ou privados, bem como o acesso ou exposição dos estabelecimentos comerciais ou lojas de venda ao público; d) lançar ao solo quaisquer desperdícios, restos, lixo ou outros materiais susceptíveis de poluir ou comprometer a via pública.	ARTIGO 13.º (<i>Cartão de sanidade</i>) 1. Os indivíduos que intervenham no acondicionamento, transporte ou venda de produtos alimentares devem ser obrigatoriamente portadores do cartão de sanidade. 2. Havendo dúvidas sobre o estado de sanidade de vendedores ou qualquer dos indivíduos referidos no número anterior, serão estes intimados a apresentar-se à autoridade sanitária competente, para inspecção.
	ARTIGO 14.º (<i>Embalagens</i>) Nas embalagens ou acondicionamento de produtos alimentares só pode ser usado papel ou outro material que não tenha sido utilizado e que não contenda desenhos, pinturas ou qualquer impressão ou surtido na parte interior.
ARTIGO 15.º (<i>Proteção</i>) 1. O vendedor ambulante deverá fazer-se acompanhar, para apresentação às entidades competentes para a fiscalização, do cartão de vendedor devidamente actualizado. 2. O vendedor, sempre que lhe seja exigido, terá de indicar às entidades competentes para a fiscalização do local onde guarda a sua mercadoria, facilitando o acesso ao mesmo.	ARTIGO 16.º (<i>Facturas</i>) O vendedor ambulante deverá fazer-se acompanhar das facturas ou documentos equivalentes, comprovativos da

Apendice I - Questionário

A Gestão de Sobrevivência no Mercado Informal de S. Paulo Luanda: O caso das Zungueiras

Agradeço a sua colaboração no preenchimento do questionário a seguir apresentado, o qual é realizado no âmbito da minha tese de Mestrado em Gestão na Universidade Lusófona de Lisboa e cujo tema é a gestão de sobrevivência no mercado informal de São Paulo em Luanda: o caso das Zungueiras e tem como objetivo recolher dados sobre os comportamentos e a forma de atuação das Zungueiras

Este inquérito é anónimo e destina-se apenas às Zungueiras.

Dados pessoais

1. Género: Masculino ☐ Feminino ☐
2. Idade: 17 a 25 anos ☐ 26 a 35 anos ☐ 36 a 45 anos ☐ 46 a 55 anos ☐ Mais de 56 anos ☐
3. Número de filhos: Nenhum ☐ De 1 a 3 ☐ De 4 a 6 ☐ Mais de 6 ☐
4. Estado civil: Casado ☐ Solteiro ☐ Divorciada ☐ Viúva ☐
5. Número de indivíduos no seu agregado familiar: De 1 a 3 ☐ De 4 a 6 ☐ Mais de 6 ☐
6. Indique o seu nível de escolaridade:
☐ não frequentou a escola / Não terminou o 1º ciclo
☐ Ensino Básico (1ª Classe a 9ª classe)
☐ Ensino Médio (10ª classe a 12ª Classe)
☐ Ensino Superior
☐ Outro

Características gerais das zungueiras

7. Há quanto tempo trabalha com Zungueira?
Menos de 1 ano ☐ Entre 1 e 2 anos ☐ Entre 3 e 5 anos ☐ Entre 6 e 10 anos ☐ Mais de 10 anos ☐
8. Porque razão exerce esta atividade?
☐ Desemprego
☐ Por não ter formação
☐ Para ter um negócio
☐ Para garantir o sustento familiar
9. Que tipo de produtos comercializa?
Bens alimentares ☐ Produtos de higiene ☐ Roupas, calçado e acessórios ☐
Cabelos e maquilhagem ☐ Ervas medicinais ☐
10. Quantos tipos de produtos comercializa?

Apenas 1 tipo ☐ 2 tipos ☐ Vários tipos ☐

11. Quais os locais de aquisição dos produtos que comercializa?

Armazéns ☐ Praças ☐ Supermercados ☐ Outros ☐

12. Quanto ganha por dia?

De 1000 a 3000 Kz ☐ de 3001 a 5500 Kz ☐ de 5501 a 7500 Kz ☐ Mais de 7500 Kz ☐

13. Quantas horas trabalha por dia?

Entre 2 a 4 horas ☐ Entre 5 a 8 horas ☐ Mais de 8 horas ☐

14. Tem dependentes financeiros? Sim ☐ Não ☐

15. Que tipo de relação têm com os seus dependentes financeiros?

Filhos e Cônjuge ☐ Pais e Avós ☐ Outros familiares ☐

16. Quem custeia as despesas de casa?

O próprio ☐ Paga parcialmente ☐ outros familiares ☐ Não paga ☐

17. A atividade informal tem contribuído para a garantia do sustento familiar? Sim ☐ Não ☐

18. Com o rendimento que ganha consegue cobrir as despesas de casa?

Nenhumas ☐ Algumas ☐ Todas ☐

19. Quais os principais benefícios que a atividade traz as zungueiras:

Não vê benefícios ☐ Satisfação por parte dos clientes ☐ Independência financeira ☐ Suprir as necessidades /Despesas familiares ☐

Gestão de negócios

20. Considera-se empreendedora? Sim ☐ Não ☐

21. Reconhece os principais instrumentos de gestão de negócios? Sim ☐ Não ☐

22. Faz alguma gestão ou tem algum plano de organização de negócio? Sim ☐ Não ☐

23. Participa em algum tipo de corporativa/grupos solidários?

☐ Instituição bancária

☐ Amigos

☐ Kinguilas

☐ Familiares

☐ Kixiquila

24. Estratégia de sobrevivência:

☐ Aumentar o fluxo de clientes

- ☐ Aumentar volume de negócios
- ☐ Fazer parcerias
- ☐ Construir um negócio no mercado formal
- ☐ Outras

Valor social, dificuldades e perceção da Zungueira em relação à sua condição

25. Sente que o seu trabalho é valorizado pela sociedade?

- ☐ Não se sente valorizada
- ☐ Não se sente valorizada nem desvalorizada
- ☐ Sente-se pouco valorizada
- ☐ Sente-se valorizada

26. Qual é o nível de dificuldade do trabalho informal?

- ☐ Muito fácil
- ☐ Fácil
- ☐ Difícil
- ☐ Muito difícil

27. Quais são as dificuldades sentidas

- ☐ Falta de equipamentos
- ☐ Falta de segurança
- ☐ Más condições de infraestruturas
- ☐ Receio dos policias e fiscais
- ☐ Dificuldade em lidar com os clientes
- ☐ Pouco rendimentos com a atividade
- ☐ Falta de transportes
- ☐ Excesso de poluição e lixo
- ☐ Atividade extremamente cansativa e desgastante

28. Indique a qualidade das infraestruturas

Muito má ☐ Má ☐ Boa ☐ Muito boa ☐

29. Qual a sua intenção em relação a um emprego no futuro?

- ☐ Pretendo ter um emprego no mercado formal
- ☐ Pretendo continuar no mercado informal

30. Tem noção das medidas de proteção do meio ambiente? Sim ☐ Não ☐

31. Como avalia o papel do governo na solução dos problemas das práticas informais?

Níria Francisco – A Gestão da Sobrevivência no Mercado Informal de São Paulo em Luanda: O caso das Zungueiras

Muito má ☐ Má ☐ Boa ☐ Muito boa ☐

32. Na sua opinião a Zunga estará para acabar? Sim ☐ Talvez ☐ Não ☐

Apendice II - Carta aberta

A nível pessoal deixo aqui um desabafo.

Lidar com os problemas e pedidos de ajuda constantes, manter os ânimos e uma postura neutra foi uma tarefa que foi difícil, devido sobretudo as emoções que muitas vezes tomavam conta da situação face aos problemas enfrentados. Ver pessoas lacrimejar lamentando as suas situações, observar sentimentos de perdas, de injustiça, de medos, de sonhos perdidos levou-nos a resolver algumas necessidades daquele dia como: fornecimento de mantimentos, encaminhamentos a sítios apropriados para vendas, apoio no tratamento e aquisição do cartões de vendedor ambulante, houve essa necessidade, porque nos deparamos com vendedoras que não sabiam ler nem escrever, e as ajudas monetárias sempre que fosse possível foram sem dúvida as mais gratificantes porque apesar de não resolverem os problemas amenizavam uma parte deles naquele dia.

E o mais importante o apoio moral, a solidariedade, o simples “ouvir” já ajudava e confortava muitas delas, senti que as faziam sentir que não estavam sozinhas e que alguém está a ver o que se passa, se importa e está preocupado e quer de alguma forma ajudar, isso foi bastante gratificante.

Consegui ver que quando observamos realidades diferentes das nossas, isso tem que mexer de alguma forma com o ser humano e comigo mexeu muito, essa experiência no terreno entre lamentos, choros e olhares fez-me perceber que existem pessoas que tem tudo, mas não tem nada e que existe quem não tem nada e nem sonha que existe quase tudo. Foi bom acompanhar o dia-a-dia dessas mulheres batalhadoras, que são as zungueiras deixo o meu respeito aqui mencionado a elas, que tudo fazem pelos seus filhos.

Obrigada por todas lições de vida. Hoje posso dizer que me tornei uma pessoa melhor.

.