

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

RAQUEL DOS SANTOS VIEIRA

EMPREENDEDORISMO INFORMAL EM BALNEÁRIOS MARÍTIMOS: O CASO DA  
ATIVIDADE COMERCIAL TURÍSTICA DOS VENDEDORES AMBULANTES DE  
PONTAL DO PARANÁ – PARANÁ - BRASIL

CURITIBA

2016

RAQUEL DOS SANTOS VIEIRA

EMPREENDEDORISMO INFORMAL EM BALNEÁRIOS MARÍTIMOS: O CASO DA  
ATIVIDADE COMERCIAL TURÍSTICA DOS VENDEDORES AMBULANTES DE  
PONTAL DO PARANÁ – PARANÁ - BRASIL

Dissertação apresentada como requisito parcial à  
obtenção do grau de Mestre em Turismo, no Curso de  
Pós-Graduação em Turismo, Setor de Ciências  
Humanas, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Chemin

CURITIBA

2016

Catálogo na Publicação  
Cristiane Rodrigues da Silva – CRB 9/1746  
Biblioteca de Ciências Humanas – UFPR

V658e Vieira, Raquel dos Santos

Empreendedorismo Informal em Balneários Marítimos: o caso da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes de Pontal do Paraná – Paraná – Brasil. / Raquel dos Santos Vieira. – Curitiba, 2016.  
178 f.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Chemin.  
Dissertação (Mestrado em Turismo) – Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná.

1. Turismo. 2. Empreendedorismo. 3. Turismo – Pontal do Paraná. I. Título.

CDD 338.4791



MINISTÉRIO DE EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

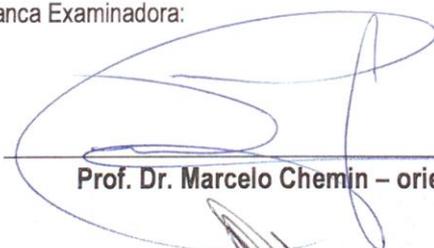
## PARECER

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo reuniram-se para a arguição da Dissertação de Mestrado, apresentada pela candidata **RAQUEL DOS SANTOS VIEIRA** intitulada “**Empreendedorismo Informal em balneários marítimos: o caso da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes de Pontal do Paraná – Paraná – Brasil**”, para obtenção do grau de Mestra em Turismo, do Setor de Ciências Humanas, da Universidade Federal do Paraná, Área de Concentração Turismo e Desenvolvimento, Linha de Pesquisa de Organizações Turísticas Públicas e Privadas.

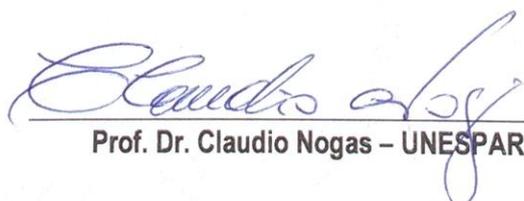
Após haver analisado o referido trabalho e argüido a candidata, são de parecer pela Aprovação da Dissertação.

Curitiba, 07 de abril de 2016.

Nome e Assinatura da Banca Examinadora:

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Marcelo Chemin – orientador

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. José Elmar Feger – UFPR

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Claudio Noga – UNESPAR

Dedico esse trabalho à Pontal do Paraná:  
Lugar de encantos mil,  
No litoral sul do meu Brasil.

E aos seus vendedores ambulantes!

## Agradecimentos

Eu fluo para o meu futuro com um espírito de gratidão e amor!

(THE SECRET)

À Deus, aos Deuses e ao Universo pela generosidade em me permitir alcançar esse objetivo.

À UFPR e ao PPGTUR por mais essa etapa.

Ao meu orientador Dr. Marcelo Chemin pela paciência em me orientar e por me auxiliar na concretização dessa pesquisa.

Aos professores do PPGTUR Dr. Miguel Bahl, Dra. Cinthia Abrahão, Dr. Daniel Telles, Dr. José Elmar Feger, Dr. Marcelo Chemin, Dra. Márcia Nakatani, Dr. Vander Valduga, Dr. José Gândara por todos os ensinamentos.

Aos membros da banca de qualificação e defesa Dr. José Elmar Feger, Dr. Fernando Gimenez, Dr. Claudio Nogas, Dr. Cláudio Rojo por disponibilizarem seus preciosos tempos e conhecimentos para contribuir com minha pesquisa.

Aos colegas de mestrado Lauren, Thaisa (*in memorian*), Cida, Milene, Angélica, Cissa, Cassiano, Roberta, Bruna, Sandra, Sérgio, Angela, Sandro, Pedro e aos amigos acadêmicos que fiz durante esse período por todos os momentos compartilhados.

Ao colega e amigo Marino Lacay por todos os momentos de reflexão e materiais compartilhados. Agradeço imensamente por dedicar seu precioso tempo a mim e a minha pesquisa na fase inicial.

À Jussara Araújo (*in memorian*) por me incentivar a continuar estudando e me mostrar que jamais devo desistir dos meus sonhos e objetivos, por mais distantes que possam parecer.

Aos professores do Bacharelado em Gestão e Empreendedorismo da UFPR Litoral que me incentivaram a chegar até aqui.

Aos coordenadores do Programa Bom Negócio Paraná – núcleo UNESPAR *campus* Paranaguá, Prof. Cláudio Nogas e Prof<sup>o</sup>. Cleverson Molinari pelo apoio e incentivo e aos colegas consultores e consultores assistentes: Juliana, Suelen, Lilian, Patrick, Luiz, Gislaine, Geovana e Jhonatan, pelo apoio e amizade.

Aos empreendedores participantes do curso de Gestão Empresarial do Programa Bom Negócio Paraná pela troca de experiências e por me proporcionarem crescimento pessoal e profissional.

Aos membros da AVAPAR: Francisco, Ênio, Brasil, Lúcia e da Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná: Lucimara, Luciano, Ocimar, Ivanildo, Héllisson e aos vendedores ambulantes pela acolhida e por compartilharem suas vidas e histórias que contribuíram imensamente para a concretização dessa pesquisa.

Aos meus familiares pela compreensão dos meus momentos de ausência para que esse sonho pudesse ser alcançado, em especial à minha mãe, Niura e minha irmã, Luiza.

À minha prima Érica Cabral por todo amor e admiração e por ter compartilhado comigo momentos de pesquisa de campo.

Aos amigos queridos que estiveram ao meu lado durante esses dois anos, muito obrigada por me ouvirem e compartilharem das minhas alegrias, dos aprendizados, das angústias e dos artigos. Lorena Cataño, Lucas Thomaz, Michel de Carvalho, Simone Moraes, Evandro Zanini, Thânia Luiz, Paula Vosiak, Mariana Malheiros, Joseanair Hermes, Nadrielli Lemos, Lindrielli Rocha, Roseli Souza, Katherine Gonçalves: Que seria de mim sem vocês, hein?! Certamente, devo ter esquecido algum nome. Mas meu carinho e gratidão é tão grande quanto.

Aos amigos distantes, agradeço pelo apoio e carinho.

A todas as pessoas que passaram pela minha vida durante o período do mestrado, desde minha mudança de Cascavel para Curitiba até a finalização da pesquisa.

Existe uma lenda segundo a qual a oportunidade é como um velho sábio, barbudo, baixinho e careca, que passa ao seu lado. Normalmente você não nota passando... Quando percebe que ele pode lhe ajudar, tenta desesperadamente correr atrás do velho e, com as mãos tenta tocá-lo na cabeça para abordá-lo. Mas quando finalmente você toca na cabeça do velho, ela está toda cheia de óleo e seus dedos escorregam, sem conseguir segurar o velho, que vai embora [...]. Os empreendedores de sucesso agarram o velho com as duas mãos logo no primeiro instante, usufruindo o máximo que podem de sua sabedoria. (DORNELAS, 2001, p. 42-43).

## RESUMO

O município de Pontal do Paraná, com população de 24.352 habitantes (IBGE, 2015), integra a Região Turística do Litoral do Paraná e apresenta como uma de suas principais características a sazonalidade de visitação ou sazonalidade de veraneio, originária do turismo de lazer ou sol e praia, importante atividade econômica deste município balneário. O aumento de turistas no período de temporada de verão estimula ciclicamente a criação de empreendimentos informais para dar suporte ao mercado formal. Neste contexto, encontram-se os vendedores ambulantes, que disputam um total de 551 vagas anuais para desenvolver atividades desta natureza. Essa pesquisa objetivou analisar o empreendedorismo informal relativo à atividade comercial turística dos vendedores ambulantes do município balneário de Pontal do Paraná – PR – Brasil. Para alcançar o objetivo proposto, foram definidos como objetivos específicos: 1. Identificar as formas de organização da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes; 2. Identificar características de perfil socioeconômico e de comportamento empreendedor de vendedores ambulantes; e 3. Analisar aspectos do processo de criação de empreendimentos informais de vendedores ambulantes. A pesquisa está delineada como estudo de caso e foi desenvolvida em quatro etapas. A primeira consistiu em entrevistas com a AVAPAR. Na segunda etapa foram aplicados os questionários referentes às características socioeconômicas e de comportamento empreendedor dos vendedores ambulantes, a terceira etapa consistiu em entrevista com a Prefeitura Municipal e na quarta etapa foram realizadas as entrevistas sobre os aspectos do processo de criação dos empreendimentos dos vendedores ambulantes. Os resultados apontaram que a atividade comercial turística dos vendedores ambulantes no município de Pontal do Paraná está organizada a partir de duas instituições: a AVAPAR que realiza os cadastros e a Prefeitura Municipal, no âmbito do Departamento de Cadastro e Tributação, responsável pela emissão de licenças e do Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica, que realiza o treinamento de Vigilância à Saúde, a vistoria e a fiscalização dos carrinhos dos vendedores ambulantes. Os vendedores ambulantes desempenham suas atividades no balneário onde residem e escolhem os produtos para comercialização no momento do cadastro da AVAPAR. Os vendedores ambulantes apresentaram perfil empreendedor, iniciaram suas atividades por oportunidade ou necessidade, informaram apreço pela função exercida, desinteresse por outro emprego e pelo vínculo formal da carteira assinada. Os entrevistados sobre os aspectos do processo de criação de empreendimentos trabalham em cooperação, realizando parcerias. Relataram receio com a possível implantação de quiosques na praia, equipamentos interpretados como grandes ameaças à suas funções.

Palavras-chave: Empreendedorismo Informal. Balneários. Turismo. Vendedores ambulantes. Pontal do Paraná (PR).

## ABSTRACT

The municipality of Pontal do Paraná, with 24.352 habitants (IBGE, 2015), is part of the Touristic Region of the Coast of Paraná and one of its main characteristics is the seasonality of visitation or seasonality of summer, originally of leisure or sun and beaches tourism, one important economic activities of the municipality. The touristic flow increases during the summer due to the informal venture creation and the assistance supply to formal market. Amongst them there are the street vendors, that dispute annually 551 vacancies to work in it. This study intends to analyze the informal entrepreneurship related to the touristic business activity of street vendors of the resort municipality of Pontal do Paraná – Paraná – Brazil. To achieve this goal, the specific objectives were: 1. To identify the forms of touristic business activity's organization related to the street vendors; 2. To identify characteristics of socioeconomic profile and of entrepreneurial behavior; and 3. To analyze aspects of the process of informal venture creation of street vendors. The research is outlined as a study case and was developed in four steps. The first consisted in interviews with the AVAPAR. In the second step the questionnaires about social and economic and entrepreneurial behavior's characteristics was applied. In the third step made the interview with the Municipal Government and in the fourth step were realized the interviews about the aspects of the process of informal venture creation of street vendors. results revealed that the touristic business activities of street vendors on the municipality of Pontal do Paraná are organized by two institutions: AVAPAR, which makes the stakeholders registers, and the Municipal Government on the framework of two departments. The Departamento de Cadastro e Tributação is responsible for the issuance of licenses to the street vendors, and the Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica is in charge of the Healthy Surveillance training, the inspection and the supervision of the street vendors' trolleys. The street vendors develop their activities on the resorts where they reside and choose the products for commercialization on AVAPAR's register. The street vendors present an entrepreneurial profile and usually start their activities by opportunity or necessity. They expressed appreciation by activity, disinterest for other job and by employment relationships of the signed portfolio. The interviewed about the aspects of venture creation process working in cooperation through partnerships. They reported fear with the possible kiosks' implantation at the beach, cause this machines are interpreted as large threat to functions' theirs.

Key-words: Informal entrepreneurship. Resorts. Tourism. Street vendors. Pontal do Paraná (PR).

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - CAUSAS E EFEITOS DA SAZONALIDADE TURÍSTICA.....	34
FIGURA 2 - CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS IDENTIFICADAS NAS PESQUISAS DE COOLEY.....	53
FIGURA 3 - FATORES QUE INFLUENCIAM NO PROCESSO EMPREENDEDOR.....	55
FIGURA 4 - ETAPAS DO PROCESSO EMPREENDEDOR .....	56
FIGURA 5 - ETAPAS DA CRIAÇÃO DE UM NEGÓCIO PRÓPRIO .....	58
FIGURA 6 - LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA DO MUNICÍPIO DE PONTAL DO PARANÁ.....	74
FIGURA 7 - REGIÃO TURÍSTICA DO LITORAL DO PARANÁ.....	74
FIGURA 8 - LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA DOS BAIRROS DE PONTAL DO PARANÁ.....	76
FIGURA 9 – SETORES PARA EXERCÍCIO DE COMÉRCIO AMBULANTE .....	105
FIGURA 10 – CARTEIRINHA DE VENDEDOR AMBULANTE – TEMPORADA 2013/2014 .....	108
FIGURA 11 – CAMISETAS DOS VENDEDORES AMBULANTES – TEMPORADA 2014/2015.....	109
FIGURA 12 – PALESTRA SOBRE VIGILÂNCIA À SAÚDE REALIZADA PELO DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E EPIDEMIOLÓGICA NA SEDE DA AVAPAR .....	110
FIGURA 13 – SELO DE VISTORIA DO DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E EPIDEMIOLÓGICA.....	111
FIGURA 14 – SAÍDA DE ÁGUA DE CARRINHO DE VENDEDOR AMBULANTE ..	112
FIGURA 15 – VISTORIAS DOS CARRINHOS DOS VENDEDORES AMBULANTES PELO DEPARTAMENTO DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E EPIDEMIOLÓGICA.....	112

FIGURA 16 – REPRESENTAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO DA ATIVIDADE COMERCIAL TURÍSTICA DOS VENDEDORES AMBULANTES .....	114
FIGURA 17: VENDEDORES AMBULANTES EM ATIVIDADE NA PRAIA DE PONTAL DO PARANÁ.....	116
FIGURA 18 – VENDEDORES AMBULANTES EM ATIVIDADE NA PRAIA DE PONTAL DO PARANÁ.....	117
FIGURA 19 – CONTROLE FINANCEIRO DO EMPREENDEDOR 2 .....	161

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS	51
QUADRO 2 - AUTORES DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DA PESQUISA DE COOLEY	52
QUADRO 3 - ESTÁGIOS E ATIVIDADES DO PROCESSO DE CRIAÇÃO DE UM EMPREENDIMENTO	59
QUADRO 4: PRINCÍPIOS DO EFFECTUATION	60
QUADRO 5 - BAIRROS DE PONTAL DO PARANÁ	75
QUADRO 6: PRINCÍPIOS DO EFFECTUATION PARA ELABORAÇÃO DO ROTEIRO DE ENTREVISTAS	96
QUADRO 7 – NÚMERO DE VAGAS, POR SETOR, PARA CADA ATIVIDADE AMBULANTE	105
QUADRO 8 – CONTROLE DE RECURSOS: QUEM ELES SÃO? - 1	132
QUADRO 9- CONTROLE DE RECURSOS: QUEM ELES SÃO? – 2	133
QUADRO 10 – CONTROLE DE RECURSOS – O QUE ELES CONHECEM?	134
QUADRO 11 – CONTROLE DE RECURSOS: QUEM ELES CONHECEM?	135
QUADRO 12 – CLAREZA DE OBJETIVOS INICIAIS	136
QUADRO 13 – TOLERÂNCIA ÀS PERDAS E INVESTIMENTOS INICIAIS	138
QUADRO 14 – ALAVANCAGEM SOBRE CONTINGÊNCIAS – SURPRESAS E DIFICULDADES INICIAIS (1)	138
QUADRO 15 – ALAVANCAGEM SOBRE CONTINGÊNCIAS – SURPRESAS E DIFICULDADES INICIAIS (2)	139

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - ELEMENTOS ESCOLHIDOS PARA ESTA PESQUISA.....	82
TABELA 2 - CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA QUALITATIVA .....	84
TABELA 3 – ESTRATÉGIAS DE INVESTIGAÇÃO ADOTADAS .....	89
TABELA 4: INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS .....	94
TABELA 5 – PONTUAÇÃO TOTAL DOS VENDEDORES AMBULANTES DIVIDIDAS EM INTERVALOS .....	129
TABELA 6 – CARACTERÍSTICAS DE COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DE VENDEDORES AMBULANTES (EM NÚMEROS ABSOLUTOS) .....	130
TABELA 7 – CARACTERÍSTICAS DE COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DE VENDEDORES AMBULANTES POR CONJUNTO (EM NÚMEROS MÉDIOS ABSOLUTOS) .....	130

## LISTA DE SIGLAS

AMLIPA	-	Associação dos Municípios do Litoral do Paraná
AVAPAR	-	Associação dos Vendedores Ambulantes de Pontal do Paraná
BDE	-	Base de Dados do Estado
CEM	-	Centro de Estudos do Mar
DNOS	-	Departamento Nacional de Obras e Saneamento
ENDEPRAIAS	-	Empresa de Desenvolvimento das Praias
GEM	-	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
IBGE	-	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPARDES	-	Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
MEI	-	Micro Empreendedor Individual
MTUR	-	Ministério do Turismo
OIT	-	Organização Internacional do Trabalho
PDTIS-LP	-	Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Litoral Paranaense
PREALC	-	Programa Regional do Emprego para América Latina e Caribe
SETU	-	Secretaria de Estado do Turismo
UFPR	-	Universidade Federal do Paraná
USAID	-	Agência de Desenvolvimento Internacional dos Estados Unidos

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>17</b>
<b>2 REVISÃO DA LITERATURA .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1 O BALNEÁRIO COMO DESTINO TURÍSTICO .....</b>	<b>20</b>
2.1.1 Elementos de uma história .....	21
2.1.2 Turismo em balneários .....	25
2.1.3 Urbanização e economia .....	28
2.1.4 Sazonalidade turística.....	32
2.1.5 A balnearização dos municípios do litoral do Paraná .....	36
<b>2.2 EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDORISMO INFORMAL.....</b>	<b>42</b>
2.2.1 Empreendedorismo e o empreendedor .....	42
2.2.2 Características de comportamento empreendedor .....	47
2.2.3 A criação de empreendimentos .....	54
2.2.4 Empreendedorismo informal.....	62
<b>3 MATERIAL E MÉTODOS .....</b>	<b>73</b>
<b>3.1 ÁREA DE ESTUDO: MUNICÍPIO DE PONTAL DO PARANÁ .....</b>	<b>73</b>
3.1.1 Aspectos históricos, geográficos e socioeconômicos .....	73
3.1.2 Demanda turística no contexto do litoral paranaense .....	77
3.1.3 A oferta turística.....	79
<b>3.2 METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS .....</b>	<b>82</b>
3.2.1 Abordagem Qualitativa e Quantitativa .....	83
3.2.2 Estudo de caso como método de pesquisa .....	85
3.2.3 Documentação, Entrevistas e Questionários como estratégias de investigação .....	88
3.2.4 Instrumentos de coleta de dados e análises.....	94
3.2.5 Amostragem Não-Probabilística .....	97
<b>4 EMPREENDEDORISMO INFORMAL, ATIVIDADE COMERCIAL TURÍSTICA E OS VENDEDORES AMBULANTES DE PONTAL DO PARANÁ: RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>99</b>
<b>4.1 Formas de organização da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes .....</b>	<b>102</b>
4.1.1 AVAPAR .....	103

4.1.2 Prefeitura Municipal .....	106
4.1.3 Organização da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes – Instituições envolvidas .....	113
<b>4.2. Características de Perfil Socioeconômico e de Comportamento</b>	
<b>Empreendedor de vendedores ambulantes .....</b>	<b>117</b>
4.2.1 Perfil Socioeconômico dos vendedores ambulantes.....	118
4.2.2 Características de comportamento empreendedor dos vendedores ambulantes .....	129
<b>4.3 Processo de criação de empreendimentos dos vendedores ambulantes de Pontal do Paraná .....</b>	<b>131</b>
<b>4.4. Notas sobre o empreendedorismo informal relativo à atividade comercial turística dos vendedores ambulantes de Pontal do Paraná.....</b>	<b>140</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>144</b>
5.1 Limitações no estudo.....	147
5.2 Recomendações para pesquisas futuras.....	147
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>149</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>157</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>170</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Estudar Pontal do Paraná é ao mesmo tempo um prazer e um grande desafio. Trata-se do mais jovem dos municípios do litoral do estado do Paraná, desmembrado do Município de Paranaguá em 1997 (PIERRI, 2003; PIERRI *et al*, 2006) e o local onde a autora residiu no período de 1999 a 2012, desenvolvendo laços afetivos com o local e com seus moradores, sendo que esta ainda possui familiares e amigos residindo no município.

Pontal do Paraná integra a região turística do Litoral do Paraná (SAMPAIO, 2006b) e tem como uma das suas características a sazonalidade de visitação devido ao turismo de lazer ou sol e praia (LOHMANN e PANOSSO NETTO, 2012) que é uma das principais atividades econômicas desse município praiano do litoral paranaense (IPARDES/BDE, 2011).

A sazonalidade pode ser definida como um fenômeno que acontece em alguns períodos e em outros não. Pode ser entendida ainda como flutuações resultantes do aumento e redução da demanda pelo mercado (MOTA, 2001; CASTELLI, 1986).

Nos meses de temporada de veraneio, de dezembro a fevereiro, devido ao aumento do número de visitantes que se deslocam dos seus municípios de origem, são criados no município de Pontal do Paraná empreendimentos no mercado informal para dar suporte ao mercado formal no atendimento aos turistas. Um empreendimento pode ser entendido como um processo de criar algo novo, dedicando tempo e esforço necessário, assumindo riscos e recebendo as recompensas (HISRICH e PETERS, 2004).

Grande parte desses empreendimentos informais atua na área de vendas, comercializando produtos como alimentos, bebidas e *souvenires*, dentre estes estão os vendedores ambulantes, ou seja, aqueles que não possuem um ponto fixo de trabalho (SULZBACH, DENARDIN e FELISBINO, 2012).

Movida pela curiosidade de conhecer as peculiaridades deste município no âmbito do empreendedorismo e buscando um meio de se afastar dos temas e recortes mais tradicionais pesquisados, viu-se na dinâmica do empreendedorismo informal relativo à atividade comercial turística dos vendedores ambulantes uma oportunidade de investigação. Trata-se de um recorte relevante para a economia do município, compreendendo aproximadamente 10% de sua população ocupada, ou

seja, de 5.110 pessoas ocupadas (IBGE, 2015), 551 estão desenvolvendo atividades como vendedores ambulantes. Todavia, essa atividade comercial passa por vezes despercebida aos olhares comuns e de políticas de qualificação, apoio e incentivo.

Nesse contexto a seguinte questão define o problema de pesquisa: Como se caracteriza o empreendedorismo informal relativo à atividade comercial turística dos vendedores ambulantes do município balneário de Pontal do Paraná – Paraná - Brasil?

A relevância dessa pesquisa pode ser destacada devido à inexistência de qualquer pesquisa acadêmica ou científica realizada especificamente sobre o empreendedorismo informal relativo à atividade comercial turística dos vendedores ambulantes do Município de Pontal do Paraná, classificando-a como inédita, contando-se as seguintes bases de dados consultadas: banco de teses e dissertações da UFPR e Revistas Científicas de Programas de Pós-Graduação da UFPR. De outro modo, seus resultados podem despertar o interesse de outros pesquisadores para o tema, bem como, serem utilizados por órgãos públicos, privados e da sociedade civil para realização de melhorias e o desenvolvimento dessa atividade comercial e de finalidade turística no município.

Dirigindo-se a explorar em profundidade o caso do comércio turístico dos vendedores ambulantes de Pontal do Paraná, delineou-se como objetivo geral desta pesquisa: analisar o empreendedorismo informal relativo à atividade comercial turística dos vendedores ambulantes do município balneário de Pontal do Paraná – PR – Brasil.

Estão definidos como objetivos específicos: 1. Identificar as formas de organização da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes; 2. Identificar características de perfil socioeconômico e de comportamento empreendedor de vendedores ambulantes; e 3. Analisar aspectos do processo de criação de empreendimentos informais de vendedores ambulantes.

Para alcançar os objetivos pretendidos a pesquisa está delineada como estudo de caso, em que para cada objetivo específico, foram utilizadas diferentes estratégias de coleta de dados, com vistas a explorar o tema investigado.

Essa pesquisa está dividida em cinco capítulos, sendo o primeiro, esta introdução. No segundo capítulo é realizada revisão da literatura que embasou a pesquisa. Esse capítulo divide-se em dois subcapítulos, o primeiro aborda o balneário como destino turístico, onde são trabalhados temas pertinentes ao

entendimento do empreendedorismo informal em destinos turísticos litorâneos, como a evolução dos balneários marítimos, urbanização e economia, sazonalidade turística e mais especificamente, como se deu a balnearização dos municípios do litoral do Paraná. No segundo subcapítulo é abordado o empreendedorismo e o empreendedorismo informal, onde são descritos conceitos e definições de empreendedor e empreendedorismo, as características de comportamento consideradas essenciais ao empreendedor, o processo de criação de empreendimentos e uma visão geral do empreendedorismo informal, suas causas, consequências, conceitos e suas abordagens.

No terceiro capítulo, Materiais e Métodos, em primeiro momento trabalha-se a área de estudo, como forma de contextualizá-la. Para isso são abordadas características do município balneário de Pontal do Paraná, como aspectos geográficos, históricos e socioeconômicos, sua demanda e oferta turística. Ainda são apresentados nesse capítulo, os Métodos e Procedimentos utilizados para alcançar os objetivos pretendidos para a pesquisa, como abordagem, estratégia e método de investigação, amostragem e instrumentos de coleta de dados.

No quarto capítulo, Discussão dos Resultados, são apresentados os resultados obtidos a partir da pesquisa de campo. Esse capítulo divide-se em quatro subcapítulos, onde em cada um dos três primeiros subcapítulos são descritos os resultados para cada objetivo específico e no quarto subcapítulo são descritos os resultados referentes ao objetivo geral da pesquisa.

Por fim, no quinto e último capítulo, são apresentadas as conclusões da pesquisa, as limitações e recomendações para pesquisas futuras.

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

Nesse Capítulo é apresentada a literatura que embasou a pesquisa. O capítulo divide-se em dois subcapítulos: O balneário como destino turístico e Empreendedorismo e empreendedorismo informal. O entendimento dos temas abordados em cada um dos subcapítulos é essencial para a compreensão da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes no Município de Pontal do Paraná.

### 2.1 O BALNEÁRIO COMO DESTINO TURÍSTICO

Em espaços litorâneos o uso balneário atualmente é definido pelo desejo por estar a beira-mar e pelos banhos de mar, o relaxamento, o caminhar na areia, a prática de esportes, tendo nas praias seu local de realização e sobretudo, nos verões, seu período de efetivação. Duas características determinantes devem ser levadas em consideração ao estudar tal tema: primeiramente o interesse em se estabelecer junto às praias, gerando a ocupação das orlas e, segundo, a sazonalidade turística, que intercala períodos de alta visitação com períodos de ociosidade. (SAMPAIO, 2006a).

O entendimento da dinâmica socioeconômica dos balneários litorâneos e a gradativa consolidação destes espaços como destinos turísticos torna-se necessário para a compreensão de fenômenos que acontecem em seus domínios, como por exemplo, o empreendedorismo informal.

Diante disso, esse subcapítulo está dividido em cinco seções: 1 – Elementos de uma história; 2 - Turismo em balneários; 3 – Urbanização e economia; 4 – Sazonalidade turística; e 5 - A balnearização dos municípios do litoral do Paraná. Os temas abordados nesse capítulo estão diretamente ligados às causas do empreendedorismo informal em um destino turístico litorâneo e foram escolhidos devido a sua relevância no entendimento desse fenômeno.

Na primeira seção, Turismo em balneários, são descritas características contemporâneas dos balneários, bem como o entendimento de como esses destinos turísticos proporcionam a criação de empreendimentos informais.

Na segunda seção, Elementos de uma história, é descrita a evolução dos balneários marítimos desde o século XVIII até os dias atuais, século XXI, dando ênfase nos seus diferentes usos até chegar ao uso de lazer e descanso.

A terceira seção, Urbanização e economia, aborda características da urbanização nos balneários com ênfase nas ocupações de segunda residência e dos equipamentos turísticos criados especialmente para atender esse público.

Na quarta seção, aborda-se o tema da Sazonalidade Turística, segundo a literatura um dos principais desafios enfrentados por destinos turísticos litorâneos. Discute-se também causas, consequências e implicações da sazonalidade em balneários marítimos.

Finaliza-se esse capítulo com uma seção sobre a balnearização dos municípios do litoral do Paraná, área de estudo dessa pesquisa. Nessa seção busca-se descrever os elementos citados nas seções anteriores, bem como a presença de cada um deles na balnearização do Litoral Paranaense.

### 2.1.1 Elementos de uma história

As manifestações do turismo de massa têm sido explicadas a partir da “industrialização do século XIX” (URRY, 2001, p. 34) na Europa e na Inglaterra. Urry (2001) ao realizar uma análise histórica dos balneários marítimos em sua obra “O Olhar do Turista”, dedica atenção ao crescimento desses balneários, em virtude dos processos de industrialização e transformação urbana, tecnológica e cultural.

Conforme Urry (2001), o uso balneário se multiplicou na Europa a partir do século XVIII, onde se desenvolveram balneários marítimos, tendo como razão original o uso medicinal.

Para Urry (2001), os balneários:

Surgiram de características *particulares* da industrialização do século XIX e do crescimento de novos modos, de acordo com os quais se organizou e se

estruturou o prazer, em uma sociedade baseada, em larga escala, nas classes industriais (URRY, 2001, p. 34).

Machado (2000) em estudo em que realiza uma análise e interpretação sociológica de comportamentos e dos processos sociais de atribuição de sentidos à praia na Europa, afirma que não é possível indicar com rigor no tempo quando iniciou o desejo de frequentar a praia, visto que durante o século XVIII e a primeira metade do século XIX a praia era utilizada com finalidades medicinais. Já da segunda metade do século XIX até a segunda metade do século XX a praia era tida como lugar de aventura e sedução e desde meados do século XX como um local de consumo e de transformação.

O primeiro balneário costeiro da Inglaterra foi Scarborough, em 1626, que surgiu a partir do encontro de uma fonte na praia que propiciava água mineral, a qual era usada para banhos medicinais e para beber, assim como em outros balneários (URRY, 2001).

Vários outros balneários foram se desenvolvendo a medida que médicos defendiam os efeitos desejáveis de tomar as águas ou fazer a cura com os banhos medicinais. A gênese dos banhos de mar e do desejo de estadia à beira mar surge associada ao comportamento de uma elite e como prática de distinção social (MACHADO, 2000).

O hábito do banho de mar aumentou consideravelmente à medida que as classes profissionais e mercantis começaram a acreditar nas propriedades medicinais do banho de mar, que fazia com que suas enfermidades melhorassem, não somente ao tomar suas águas, mas também ao banhar-se nelas (URRY, 2001).

Os banhos medicinais ocorriam frequentemente no inverno e eram realizados a partir da “imersão” (HERN<sup>1</sup>, 1967 citado por URRY, 2001), ou seja, caídas no mar, estruturadas e ritualizadas, as quais eram indicadas para tratar apenas graves estados de saúde e só poderiam ser realizadas posteriormente à devida preparação e conselhos de um corpo médico (SHILDS<sup>2</sup>, 1990 citado por URRY, 2001). Geralmente o banhista entrava nu na água para realizar a imersão. A praia era mais um lugar de “cura” do que “de prazer”, como é desfrutada nos dias atuais (URRY, 2001, p. 35).

---

<sup>1</sup> HERN, A. **The Seaside Holiday**. London, Cresset Press, 1967.

<sup>2</sup> SHIELDS, R. **Places in the Margin**. London, Routledge, 1990.

A medida que os banhos de mar se tornaram mais acessíveis para a classe menos favorecida, representada pela classe trabalhadora, tornou-se mais difícil para a classe dominante restringir o acesso desse público dito como impróprio aos balneários e à delimitar o uso balneário apenas para a classe dominante como era de costume. Dessa forma, houve rápido crescimento dos balneários entre o final do século XVIII e o decorrer do século XIX, sendo que o fator que propiciou esse crescimento foi o extenso litoral europeu, o qual era capaz de comportar grandes fluxos de pessoas (PEARCE, 2003).

Segundo Urry (2001), que estudou o balneário inglês, condições como o aumento do bem estar econômico devido à quadruplicação da renda nacional *per capita* no século XIX e a rápida urbanização das cidades de pequeno porte da Europa provocaram um crescimento rápido dessa nova forma de lazer de massa, visto que, ainda de acordo com o referido autor:

Um dos efeitos da transformação econômica, demográfica e espacial da pequena cidade do século XIX foi produzir comunidades da classe trabalhadora, que se auto-regulavam, as quais mantinham relativa autonomia em relação às novas ou antigas instituições da sociedade mais ampla. Essas comunidades foram importantes para o desenvolvimento de formas de lazer da classe trabalhadora, que eram relativamente segregadas, especializadas e institucionalizadas. (URRY, 2001, p.37).

Uma pré-condição para a realização do turismo de massa nos balneários, como propõem Cunningham<sup>3</sup> (1980, citado por URRY, 2001) foi a modificação das horas diárias de trabalho e da natureza do trabalho realizado por operários que compunham a classe média baixa das indústrias inglesas, visto que houve redução das jornadas diárias e semanais de trabalho e que esses trabalhadores passaram a dispor de dias e até semanas de folga o que os possibilitava utilizar esse tempo ocioso para descanso e lazer.

Outra pré-condição para o crescimento do turismo de massa nos balneários, de acordo com Urry (2001), foi a melhoria dos meios de transporte, visto que em 1844, o Ato Ferroviário de *Gladstone* possibilitou custo acessível aos deslocamentos para as classes sociais menos favorecidas e, além disso, tornou-se possível ir e voltar de alguns balneários no mesmo dia, reduzindo os custos das viagens, já que não era necessário arcar com o custo de pernoite nos balneários.

---

<sup>3</sup> CUNNINGHAM, H. **Leisure in the Industrial Revolution**. London, Croom Helmm 1980.

No período entre as duas grandes guerras, o aumento do número de proprietários de carros aumentou consideravelmente, assim como o uso de transporte de ônibus e o crescimento do uso do transporte aéreo, contribuindo significativamente para o crescimento do turismo de massa nos balneários marítimos (URRY, 2001).

Conforme Urry (2001), a partir do momento que as pessoas tinham tempo livre de seus trabalhos e devido às melhorias dos meios de transporte, instituições como igrejas, bares e clubes da Inglaterra passaram a adquirir pacotes de viagens e organizar excursões, e sendo estas instituições conhecidas e frequentadas pela população, gerava vínculo de confiança com a classe menos favorecida, que passou a aderir a prática de viajar em excursões. Os proprietários das indústrias inglesas passaram a incentivar seus trabalhadores na realização de viagens de lazer e até os orientavam sobre como fazer a organização da viagem. Com isso, no final do século XIX, famílias da classe trabalhadora estavam aptas a organizar suas próprias viagens de férias.

O uso balneário voltado ao lazer teve como cidade pioneira Brighton, no litoral Sul da Inglaterra, sendo esta a primeira praia dedicada ao prazer (URRY, 2001). Em Brighton, no final do século XIX, acontecia o carnaval típico da cidade onde as pessoas tinham este como um momento de exibicionismo de seus corpos. A pele bronzeada passou a ser associada à suposta espontaneidade e à sensualidade natural atribuída aos negros (URRY, 2001).

Conforme Urry (2001, p. 60): “O corpo ideal passou a ser visto como aquele que é bronzeado”. Ponto de vista esse que foi difundido nas diversas classes sociais e o resultado foi que muitos pacotes turísticos o apresentavam como se fosse um motivo para viajar durante as férias.

Referindo-se a passagem dos banhos de mar para os banhos de sol, Machado (2000) afirma que:

Na praia lúdica, o mais importante é ‘olhar’ os corpos dos outros e ‘ser olhado’. Nesse jogo de olhares, que é um jogo de poderes, o ‘banho de sol’ torna-se um ritual indispensável, em detrimento do ‘banho de mar’. (MACHADO, 2000, p. 214).

O mar que inicialmente era responsável pelos banhos de cura foi substituído pelo sol, que proporcionava saúde e atração. Além disso, o banho de sol passou a

ser visto como uma forma de aproximação das pessoas com a natureza (URRY, 2001). A prática do banho de sol e do banho de mar como lazer favoreceu o turismo de massa nos *resorts* costeiros.

De acordo com Pearce (2003), o turismo de massa propiciou um rápido desenvolvimento de *resorts* em larga escala. Cabe enfatizar que muitos desses *resorts* do século XIX foram planejados e desenvolvidos exclusivamente para o turismo.

### 2.1.2 Turismo em balneários

Os balneários podem variar de cidades pequenas a grandes regiões e referem-se a lugares com grande influência da água em sua forma e disponibilidade onde os turistas podem encontrar produtos e serviços dos quais necessitam durante o período de férias. Várias terminologias têm sido utilizadas para se referir a essa relação entre segmento e determinada configuração geográfica, como Turismo de Sol e Mar, Turismo Litorâneo, Turismo de Praia, Turismo de Balneário, Turismo Costeiro (MTUR, 2010), *Resorts Costeiros* (PEARCE, 2003) e *Resorts* (LOHMANN e PANOSSO NETTO, 2012).

De acordo com Lohmann e Panosso Netto (2012, p. 373) “De forma mais genérica, um *resort* pode ser considerado um lugar utilizado para a recreação e o relaxamento, atraindo, sobretudo, visitantes de férias.”

Lohmann e Panosso Netto (2012) e Pearce (2003) concordam e apontam que são três os fatores que precisam ser levados em consideração para entendimento das particularidades dos *resorts*: as características locais, os elementos turísticos existentes no local e as demais funções urbanas que possam existir.

De acordo com Pearce (2003), a estrutura básica dos *resorts* costeiros é similar em diferentes *resorts*, diferindo apenas nos detalhes. Pearce (2003, p. 284) afirma ainda que o aspecto estrutural básico é o “de frente para o mar” ou “*front de mer*”, o qual:

Consiste basicamente de uma associação em paralelo entre uma praia e, eventualmente, um porto, além de um passeio, uma estrada ou rodovia e uma primeira linha de edificações que incluem as formas mais densas e caras de acomodações e um núcleo de lojas, bares e restaurantes voltados para os turistas. Uma variação nas acomodações, quanto à altura, densidade e preço, se dá logo atrás da faixa à beira-mar, à medida que os hotéis caros e os apartamentos de alto padrão cedem lugar a hotéis menores e mais baratos, pousadas, casas de praia e *campings*, fundindo-se a acomodações residenciais e a outras funções urbanas. (Pearce, 2003, p. 284, 285).

Pearce (2003, p. 285) complementa:

A forma linear do *resort* junto à costa ou da cidade à beira-mar reflete a sua orientação em direção ao centro principal de atrações, que é a praia. A gradação no uso do solo e a densidade a contar da praia é, em larga medida, uma resposta às forças econômicas. Em geral, as terras mais próximas dos atrativos detêm os maiores aluguéis, o que gera uma ocupação mais intensiva dos terrenos. Afastando-se desses lugares, os preços caem e a densidade diminui, viabilizando as formas de acomodação de retorno mais baixo.

Com o passar dos anos os resorts foram adquirindo além da função turística, outras funções, como a função residencial. O uso balneário em espaços litorâneos em parte da costa brasileira causa ocupações caracterizadas por assentamentos onde as segundas residências são predominantes, localizadas próximas à orla, para uso temporário (ESTEVES, 2011).

De acordo com Sampaio (2006a, p. 170), o uso balneário:

Traz consigo duas características determinantes: primeiro, o interesse do estabelecimento junto às praias, do que tem derivado a apropriação de suas orlas (o que não ocorria por outros usos), e, segundo, a sazonalidade, do que decorrem a presença concentrada em certos períodos – nas viliagiaturas, notadamente, mas também nos feriados e finais de semana – e o vazio na maior parte do tempo, o que produz, por sua vez, a ociosidade de sua base construída – habitações, comércio, serviços e infra-estruturas técnicas e sociais – nessas ausências, e, particularmente em países ou regiões subdesenvolvidos, a sobrecarga e a incapacidade de atendimento nos picos de frequência, com consequências especialmente graves para o meio ambiente.

Cabe ressaltar que o uso balneário a que se refere Sampaio (2006a) é o uso relacionado às atividades de veraneio, onde há centros urbanos próximos aos balneários e parte dos residentes desses centros são os veranistas que se deslocam para os balneários marítimos nos períodos ociosos de suas cidades de origem.

Os veranistas que usufruem balneários são divididos em dois tipos, de acordo com Macedo (2002): o primeiro tipo é o veranista-proprietário, ou seja,

aquele que possui casa ou apartamento no local e o frequenta em temporadas e/ou esporadicamente; o segundo é o veranista-hóspede, que compreende o indivíduo que aluga uma casa ou apartamento para temporada ou fim de semana e que permanece no local por períodos que em geral não são muito longos.

A prática do veranista-hóspede conflita com o setor hoteleiro, visto que o custo de locação de uma residência para permanência de uma família por um determinado período de tempo é inferior ao custo de permanência pelo mesmo período em um hotel.

O turismo de segunda residência possibilita a geração de intermináveis faixas de urbanização ao longo da costa e um constante processo de expansão e consolidação das atividades turísticas costeiras (MACEDO, 2002).

Segundo análise histórica de Pearce (2003), a massificação do turismo nos balneários tornou necessária a realização de investimentos para atender a demanda de pessoas que se deslocavam até esses destinos. Isso comumente acarretou na criação de inúmeros pequenos empreendimentos como pousadas, restaurantes, clubes e campings onde boa parte era voltada ao público menos favorecido e alguns destes apresentavam condições precárias, o que não era um empecilho para o recebimento dos visitantes.

Pearce (2003, p. 292) também orienta que além dos empreendimentos formais, os quais podem ser chamados de tradicionais, existiam ainda os empreendimentos informais para atender a demanda de turistas nos balneários, tais como “as tendas dos ambulantes de *souvenires* ladeando uma ou mais passagens, caminhos que conduzem dessa rua até a praia e vendedores na própria areia”.

Tais estudos permitem observar que o uso do espaço da orla da praia passou a ter finalidade econômica e comercial. No caso de vendedores ambulantes, estes poderiam ir até os banhistas para oferecer produtos como alimentos, bebidas e *souvenires*, algo cômodo aos banhistas por dispensar locomoção na hora do consumo desses produtos.

### 2.1.3 Urbanização e economia

Nesta seção serão apresentadas características da urbanização e da economia dos balneários marítimos, elementos que se constituem como fatores determinantes para a ocorrência da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes, empreendimentos informais que são o foco deste estudo.

Em estudo sobre as paisagens litorâneas brasileiras, Macedo (2002) afirma que até o século XIX, entre as diversas estruturas paisagísticas existentes no Brasil, as áreas costeiras foram os espaços que se apresentaram como mais adequados às ocupações humanas, abrigaram cidades, portos e plantações e serviram como ponte para exploração e interiorização do território, ou seja, sofreram transformações radicais.

O século XX marcou o início de uma nova forma de ocupação da zona costeira, até então de caráter urbano, produtivo e agrícola. Essa forma de ocupação, também urbana é destinada basicamente para o veraneio, para o turismo de férias de amplos contingentes sociais, compreendendo os segmentos mais ricos da população brasileira (MACEDO, 2002).

Pearce (2003) ao estudar a estrutura espacial nos *resorts* costeiros, afirma que a atração dos balneários marítimos, que em princípio se baseava no encanto do lugar, aos poucos teve suas funções tradicionais sendo substituídas por novas, como por exemplo, o uso dos portos, antes ocupados apenas por barcos pesqueiros, passou a ser dividido com iates e lanchas. A separação entre praia e porto contribuiu para o agrupamento de segundas residências, principalmente nas regiões de penhascos circundantes e nas zonas mais para o interior (PEARCE, 2003).

No século XXI a urbanização turística de segunda residência se caracteriza segundo Macedo (2002), como o mais importante fator de transformação e criação das paisagens ao longo da costa brasileira, tanto em termos de escala e dimensão como em abrangência, visto que corresponde a milhares de quilômetros, lineares ou não, de ocupação das faixas de terra próximas ao mar. O mesmo autor faz uma breve descrição dessas ocupações:

Constroe-se ao longo da costa uma urbanização, em geral de estrutura muito simples, calcada na casa isolada do lote, cercada de jardins, de acabamento até modesto, entrecortada em pontos determinados por segmentos verticalizados, ora estruturados por prédios altos, com dez, vinte ou mais andares, ora por prédios baixos (em geral com não mais de quatro andares, em pontos nos quais uma legislação urbanística qualquer restringiu por um motivo ou outro o gabarito das edificações) (MACEDO, 2002, p. 182).

O tipo de urbanização citado exige mudanças radicais para sua implementação, como erradicação da vegetação nativa, arruamento e destruição de dunas e areias, retificação de riachos, aterramentos de lagos e desmontes de pequenos morros. Efeitos ambientais são sentidos a médio e longo prazo com adensamento urbano, impermeabilização do solo, constante e exagerada poluição das águas em épocas de temporada e o sombreamento de praias pela projeção dos altos prédios de apartamentos (MACEDO, 2002).

Conforme Macedo (2002) conflitos sociais são concentrados e facilmente observados, principalmente na localização dos bairros de moradia da população trabalhadora, que vive em função do veraneio, em áreas mais distantes do mar, terras mais baratas ou até de propriedade do Estado ou Município. Essas áreas não são as mais indicadas para moradia, mas são ocupadas devido à fragilidade financeira que impossibilita a aquisição ou locação de residências em lugares tidos como apropriados à moradia, ou seja, já totalmente urbanizados. Essas ocupações informais, bastante precárias em sua infraestrutura, tendem com o passar dos anos a se consolidar, sendo reconhecidas legalmente pelo Estado.

Nos destinos litorâneos, as formas de ocupação são classificadas como urbano balneário ou urbano recreativo, definidos por Macedo (2002, p. 195) como:

Extensos trechos da costa ocupados por loteamentos primordialmente destinados a segunda residência ou veraneio, situados em municípios cuja atividade urbana principal está prioritariamente voltada ao turismo, ou em subúrbios mais afastados das grandes cidades, em geral capitais de estado, que são edificadas para tal fim.

Tais áreas apresentam características próprias, devido ao uso exclusivamente sazonal, sendo a principal, o total desvinculamento de grande parte da sua população de veranistas (donos da maior parte das residências) com o município em que estão instaladas suas propriedades, visto que estes proprietários,

geralmente residem em municípios distantes do lugar onde possuem sua habitação de veraneio.

A ocupação de segunda residência se configura como um fenômeno urbano de larga escala, primeiramente a partir dos anos 1950 e 1960, nos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro e no início do século XXI, estava espalhado do norte ao sul do país, ocupando áreas extensas tanto à beira mar como nas águas interiores de diversos estuários (MACEDO, 2002).

Para muitos veranistas, a aquisição de um terreno na praia pode ser a única opção econômica de se conseguir habitar, mesmo que somente no verão ou aos finais de semana, uma casa cercada por jardins ou arvoredos e ter quintal, varanda, e churrasqueira, visto que o alto valor da terra urbana em sua cidade de origem inviabilizaria a concretização de tal desejo (MACEDO, 2002).

Tanto nas áreas mais utilizadas como nas mais populares, a regra seguida pela maioria dos loteamentos de segunda residência da orla nacional é a construção da habitação isolada, cercada por jardins. Em locais onde a demanda é grande devido a fatores como acessibilidade, oferta de diversidade de lazer e grande concentração de turistas em atividades como festas e compras essa regra não é seguida, podendo se observar um processo de verticalização muitas vezes radical.

Os assentamentos turísticos praianos seguem dois princípios básicos na sua formação, principalmente referente aos seus arruamentos, de acordo com Macedo (2002, p. 201):

1. Possuir uma organização em função de uma via principal de acesso, seja ela uma rodovia ou uma simples via urbana, que ocorre sempre paralela à praia. Em áreas de costões é normal o assentamento ocorrer a medida que o relevo permite, mantendo-se ou não junto a esta via principal;
2. Não ter o seu sistema viário principal ligado à praia. No caso, o acesso à praia é feito por vias secundárias ou caminhos de pedestres que, por vezes, estendem-se por áreas ajardinadas.

Esse tipo de loteamento, que exige para sua implantação áreas planas e extensas, espalha-se ao longo das praias sobre terrenos ocupados anteriormente por areias, dunas e matas de restinga. O esgotamento de possibilidades de ocupação e a necessidade de novos empreendimentos vêm provocando uma ampliação expressiva de áreas já ocupadas, direcionando em muitos trechos do litoral, para ocupação de áreas de costão. Essa alternativa de ocupação dos costões, apesar de apresentar custo mais elevado ao usuário, proporciona vista

panorâmica e privacidade, além do acesso às praias que acabam sendo privatizadas pelos donos das residências.

No século XXI, o uso da orla e das praias para o lazer se apresenta com características de grandes parques lineares, nos quais a população busca um lazer alternativo e muitas vezes o único possível às atividades cotidianas urbanas (MACEDO, 2002).

O espaço da praia constitui-se um tipo de parque urbano moderno, pois abriga águas, areias e vegetação, elementos paisagísticos naturais, que proporcionam as mesmas funções sociais de lazer de um parque como jogos, repouso, caminhadas, contemplação e encontros (MACEDO, 2002). O mesmo autor complementa que:

Apesar de ter como principal objetivo o banho de mar, o visitante também carece da existência de bares, restaurantes e outros estabelecimentos de apoio, que são instalados ao longo das diversas praias para atender às suas necessidades. (MACEDO, 2002, p. 203).

A apropriação social exige equipamentos diferentes para cada situação e público alvo, variando de organizações muito simples, rústicas, até outras altamente elaboradas, cabendo ao destino receptor a decisão dos tipos de equipamentos a serem implantados (MACEDO, 2002).

Pearce (2003) cita estudo sobre os efeitos dos padrões de consumo na morfologia do resort, que de acordo com Stansfield e Rickert<sup>4</sup> (1970, citado por PEARCE, 2003), distingue as funções comerciais gerais encontradas no Distrito Central de Negócios e as mais específicas, as quais estão agrupadas junto ao Distrito de Negócios Recreativos, definido como:

O agregador linear de restaurantes de orientação sazonal, com diversos estandes de especialidades gastronômicas, lojas de doces e toda uma variedade de lojas de artigos de luxos e de suvenires que satisfazem as necessidades de compras como forma de lazer para o visitante. (STANSFIELD e RICKERT, 1970, p. 215 citado por PEARCE, 2003, p. 291).

Stansfield e Rickert (1970, citado por PEARCE, 2003), observam ainda que o Distrito de Negócios Recreativos é um fenômeno social e econômico.

---

<sup>4</sup> Stansfield, C. A. e Rickert, J. E. **The Recreational Business District**. Journal of Leisure Research, 2 (4), 1970. P. 213-25.

Os conflitos sociais são visíveis no que se refere à manutenção de “uma imagem turística saudável” (PEARCE, 2003, p. 295), visto que a eliminação dos vendedores de rua, a expulsão ou realocação das casas mais pobres e a tentativa de remover ou melhorar a pobreza, tanto quanto possível, são tidas como estratégias para favorecer a criação de boas impressões turísticas, a fim de promover o destino (PEARCE, 2003).

#### 2.1.4 Sazonalidade turística

A sazonalidade tem sido identificada como um dos principais problemas enfrentados pelo setor de turismo (LOHMANN e PANOSSO NETTO, 2012) e pode ser definida, em seu sentido contextual, como um período determinado para a ocorrência de um fenômeno, ou seja, “aquele que ocorre em alguns períodos e em outros não” (MOTA, 2001, p. 98).

Para Castelli (1986) a sazonalidade é uma consequência do mercado. Quando o mercado recebe estímulos faz a demanda crescer. Contudo, quando o mercado recebe bloqueios que o fazem retrain, provoca flutuações, ou seja, a sazonalidade.

Conforme Ruschmann (1990) a sazonalidade turística é causada pelas atividades turísticas no espaço e no tempo, ou seja, a concentração do turismo em determinadas regiões em temporadas que tem duração relativamente curtas no ano.

Scheuer (2010), ao estudar a sazonalidade no município turístico de Guaratuba, no litoral do Estado do Paraná - Brasil, afirma que a sazonalidade turística é considerada como a concentração dos fluxos turísticos em curtos períodos do ano, originando picos de atividades que são relacionadas ao turismo.

Butler (1994) define o turismo sazonal como:

Um desequilíbrio temporal no fenômeno turístico, que pode ser expresso em termos de dimensões tais como: número de visitantes, despesas de visitantes, tráfego nas autoestradas e outras formas de transporte, emprego e ingressos em atrações. (BUTLER, 1994, p. 332, tradução da autora).

É na sazonalidade que se apoiam os conceitos de alta, média e baixa estações, ou temporadas e suas respectivas tendências de preços de serviços (BARROS, 1998) a partir da demanda turística<sup>5</sup>.

Para Mota (2001) as variáveis consideradas como determinantes para a sazonalidade são: férias escolares e dos trabalhadores, poder aquisitivo e concentração espaço-temporal. A ocorrência da sazonalidade turística, independente da variável, ocasiona consequências em níveis diversos:

Gera desemprego, mortalidade em microempresas, queda no faturamento de empresas turísticas, alteração no sistema de gestão, compromete a qualidade no atendimento, modifica a política promocional do produto turístico, altera preços, exige maior flexibilidade administrativa etc. (MOTA, 2001, p. 98).

Para Wahab (1991), a sazonalidade da demanda turística pode causar inflação na comunidade receptora, visto que, se a demanda crescer e a oferta tiver atingido sua capacidade máxima, não conseguindo satisfazer a demanda, os preços aumentam. Os empreendimentos inseridos ou relacionados ao setor turístico reagem pela venda de seus produtos e serviços em um mercado sazonal (MOTA, 2001).

Mota (2001, p. 99) sistematiza relações de causa e efeito da sazonalidade (FIGURA 1).

---

<sup>5</sup> Demanda turística, a partir de Kotler (1994, p. 220), define-se como “Volume total que seria comprado por um grupo de consumidores, em determinada área geográfica, em um período de tempo definido, em um ambiente de mercado definido, sob um determinado programa de marketing”.

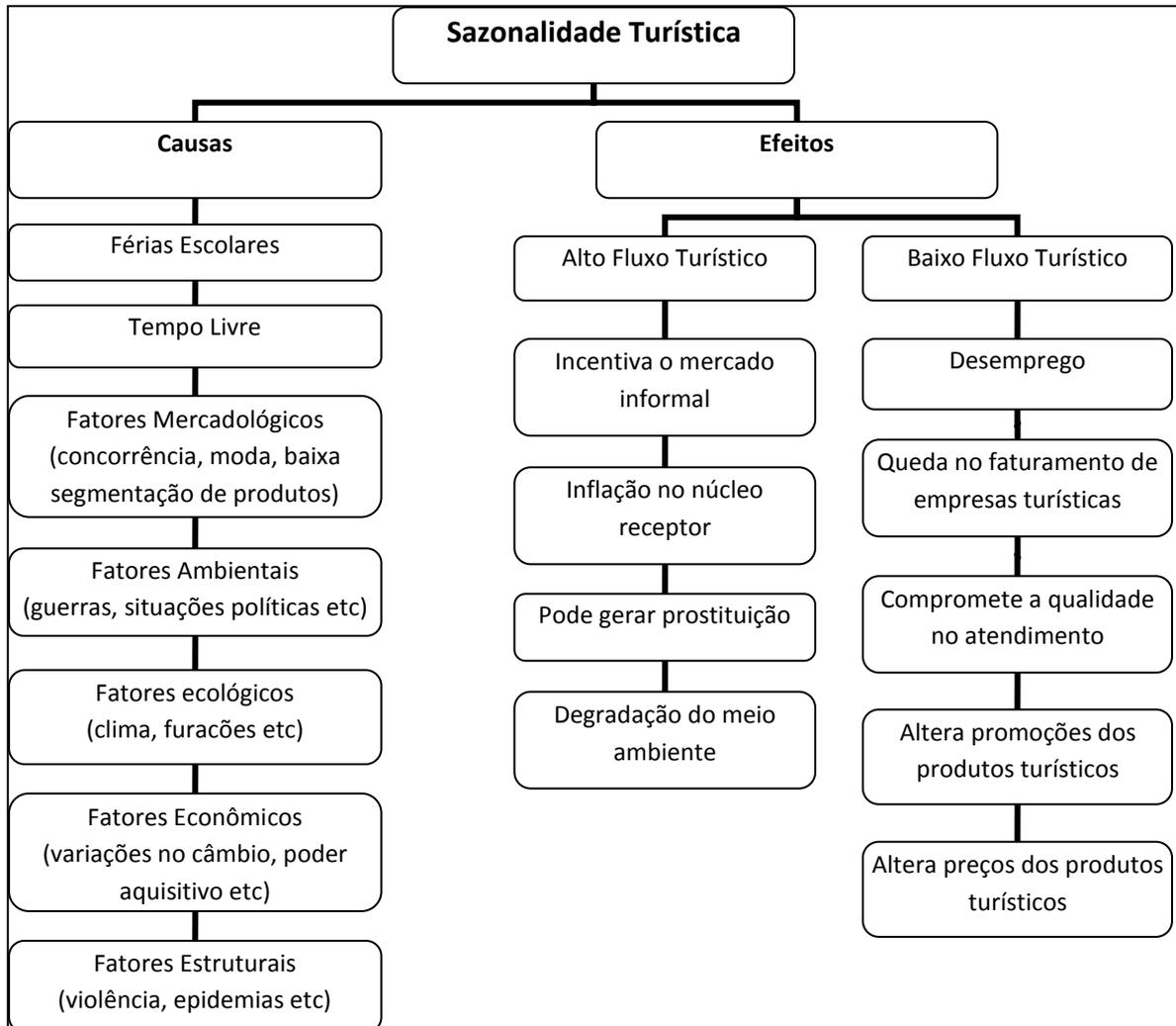


FIGURA 1 - CAUSAS E EFEITOS DA SAZONALIDADE TURÍSTICA  
 FONTE: MOTA (2001, p. 99).

Dentre os fatores que provocam a sazonalidade, Mota (2001) destaca principalmente a ecologia e o câmbio, mas cita ainda: guerras, epidemias, distúrbios políticos, crises de abastecimento, falta de segurança, moda e concorrência.

De acordo com Barros (1998), os processos de dinâmica das paisagens turísticas que ocorrem ao longo dos anos têm vinculados em si mesmos os ciclos sazonais (anuais) e os ciclos de fins de semana (ciclos semanais). Os ciclos semanais podem ser facilmente observados qualitativamente e determinados também de maneira quantitativa.

A determinação quantitativa pode ser feita através de gastos expressos em moeda ou de fatos expressos em números absolutos ou taxas, tais como volumes de pernoites, de alimentações servidas, de aluguéis e serviços para entretenimento, de fluxo de veículos de passageiros etc. (BARROS, 1998, p. 72).

O comportamento sazonal anual do turismo em uma área depende de fatores naturais e culturais. Os fatores naturais são influenciados pela sucessão anual das estações. Em condições tropicais, como na maior parte do Brasil, o ciclo estacional, em geral, deriva da sucessão da estação chuvosa e da estação seca, importante no ritmo da demanda por balneários marítimos ou fluviais. O comportamento sazonal do turismo, drasticamente influenciado pelo calendário social, econômico e cultural, tendo sua influencia a partir da época do calendário de férias escolares, época de pagamentos adicionais, datas de eventos religiosos e formação de sequência de dias livres – feriados (BARROS, 1998).

Segundo Lage e Milone (1998, p. 61), “a existência da sazonalidade da demanda turística, de curto prazo por temporada, prejudica a oferta turística, o que se torna um problema sério para o desenvolvimento da atividade”.

Conforme Lohmann e Panosso Netto (2012, p. 434-435) nos períodos de baixa estação, alguns serviços podem ser reduzidos ou descontinuados, em função da falta de demanda ocasionada pela redução no número de turistas, gerando menores vagas de trabalho formal aos residentes da comunidade receptora. Por outro lado, nos períodos de alta estação:

Muitas vezes emprega-se mão de obra temporária para atender ao pico de visitantes, fazendo com que a qualidade e a habilidade desses trabalhadores nem sempre sejam adequadas, já que eles não são devidamente treinados. (LOHMANN e PANOSSO NETTO, 2012, p. 434-435).

A demanda decorrente do aumento do número de turistas favorece também a criação de negócios no mercado informal (MOTA, 2001), em sua maior parte temporário. Observa-se que esses negócios informais temporários podem ser encarados pelos residentes como uma única possibilidade de obtenção de renda durante o ano, visto que por não obterem uma vaga de emprego no mercado formal, passam os meses de baixa temporada de visitação do município, ociosos.

Podem ser vistos ainda como uma alternativa de aumento de renda por pessoas que atuam no mercado formal, e conciliam duas ocupa es durante o período de alta temporada. O fato de uma destas ocupa es ser informal, ou seja, não gerar vínculo de trabalho, propicia tal concilia o.

Diante do exposto, conclui-se que o entendimento da sazonalidade e conhecimento das suas causas geradoras torna-se um fator importante no que se

refere a possibilidades de amenização de seus efeitos na comunidade receptora. Em balneários marítimos esse entendimento age como fator decisivo para o aumento dos efeitos positivos derivados da sazonalidade e redução dos fatores negativos, no que se refere a maior bem estar econômico, social e cultural na comunidade receptora, bem como aos seus visitantes.

#### 2.1.5 A balnearização dos municípios do litoral do Paraná

O litoral paranaense é formado, do ponto de vista administrativo, por sete municípios: Antonina, Guaraqueçaba, Guaratuba, Matinhos, Morretes, Paranaguá e Pontal do Paraná. A área total que compreende esses municípios pertencia ao estado de São Paulo até meados do século XVIII, tendo primeiramente o desmembramento de Paranaguá, em 1648, e posteriormente os demais (Morretes em 1841, Antonina em 1857, Guaratuba e Guaraqueçaba em 1947, Matinhos em 1968), sendo que Pontal do Paraná foi o último a se desmembrar em 1997 (PIERRI *et al*, 2006; PIERRI, 2003).

São municípios próximos a capital do Estado, Curitiba, sendo Antonina o mais próximo, distante 63 km da capital e Guaraqueçaba, o mais distante, 158 km (PIERRI, 2003).

As primeiras procuras pelos balneários do Estado do Paraná enquanto espaço de prazer datam da década de 1920, do século XX (BIGARELLA, 1999). Mas nessa época, segundo Sampaio (2006a, p. 172):

As cidades litorâneas não costeiras se localizam no interior da planície, as cidades costeiras nos interiores das baías, e o sistema viário tem traçados que buscam o interior, se afastando da orla por visarem ao primeiro planalto, onde se encontra Curitiba, a capital do Estado e ponto de articulação com a hinterlândia.

A região litorânea apresentava nessa época, portanto, uma ocupação considerada como configurada de maneira desfavorável às praias (SAMPAIO, 2006a).

Dos quatro municípios costeiros existentes, constituídos como pontos coloniais, Antonina, Paranaguá e Guaraqueçaba estão localizados em áreas

interiores do complexo da baía de Paranaguá e Guaratuba na porção vestibular da baía homônima (SAMPAIO, 2006a).

As cidades mais importantes da região litorânea, Paranaguá e Antonina, na respectiva ordem, e os mais importantes portos estaduais, eram ligados ao planalto, fixando um único eixo de comunicação com Curitiba. Eixo esse, constituído a partir do século XVI pelos caminhos coloniais e reforçado a partir da construção da rodovia da Graciosa, que liga Curitiba a Antonina, no século XIX e pela ferrovia que liga Curitiba a Paranaguá, que consolidou esse ponto no transporte de cargas (RFFSA<sup>6</sup>, 1982 citado por SAMPAIO, 2006a; WACHOWICZ<sup>7</sup>, 2001 citado por SAMPAIO, 2006a). Na segunda metade do século XIX, Paranaguá ainda se ligava a uma estrada secundária apenas carroçável, vinculada a um conjunto de colônias agrícolas de imigrantes italianos, situadas na serra da Prata. (BIGARELLA, 1999).

Guaraqueçaba e Guaratuba faziam sua ligação com o planalto por Paranaguá, pois não eram atendidas por estradas. Guaraqueçaba se ligava a Paranaguá por navegação e Guaratuba por um trajeto mais complicado, que envolvia a travessia da baía de Guaratuba por canoa, trajeto pela praia até o Pontal do Sul e uso de canoas, novamente, para chegar a Paranaguá (SAMPAIO, 2006a).

Guaratuba foi o primeiro núcleo urbano próximo a orla da praia devido a sua condição geográfica, de dispor de um porto natural logo na entrada da sua baía, determinando sua localização (SAMPAIO, 2006a).

Na segunda metade do século XIX as orlas das praias continuavam vazias. Em suas extensões encontravam-se instaladas apenas populações tradicionais, caboclos remanescentes da miscigenação do carijó que habitava a região na época do descobrimento e em pequenas colônias ao longo da costa dedicava-se a pesca e a agricultura de subsistência, com o colonizador europeu (BIGARELLA, 1999 ). Esses caboclos são conhecidos ainda como caiçaras (ESTEVEZ, 2011).

A partir de 1926, o acesso as praias foi provido com a abertura da Estrada do Mar (atual PR-407) que possibilitava a ligação de Paranaguá com Praia de Leste, e propiciou aos veículos automotores o acesso a sua extensão, fazendo uso da praia como estrada (BIGARELLA, 1999).

O primeiro assentamento balneário aconteceu no mesmo ano, em um local conhecido como Matinho, localizado há pouco mais de 3 km ao norte da baía de

---

<sup>6</sup> RFFSA - REDE FERROVIÁRIA FEDERAL S.A. **Catálogo do Museu Ferroviário de Curitiba**. 1982.

<sup>7</sup> WACHOWICZ, R. **História do Paraná**. 9. ed. Curitiba: Imprensa Oficial do Paraná, 2001.

Guaratuba, junto a um pontal rochoso. Logo, com a formação do segundo assentamento, Matinho constituiu o balneário de Matinhos, como ficou conhecido (BIGARELLA, 1999).

Em 1928, constituíram-se os loteamentos da Vila Balneária Praia de leste, localizada no ponto de encontro da Estrada do Mar com a orla, e o da Vila Balneária do Morro do Cayobá, em 1930, localizado na face norte da baía de Guaratuba, conhecida como Balneário de Caiobá (BIGARELLA, 1999).

A Vila Balneária Praia de Leste não se desenvolveu na época. Esse fato pode ser explicado pela sua localização. Ao contrário das Vilas Balneárias de Matinhos e Caiobá, localizadas próximas da serra da Prata, único trecho da costa paranaense onde o complexo da serra do mar aproxima-se da orla oceânica, ocorrendo nascentes de água potável para atender tais balneários. Essa Vila só foi retomada nos anos de 1950 (SAMPAIO, 2006a).

Durante as décadas de 1920, 1930 e 1940 do século XIX não surgiram novos balneários e os dois iniciais, Matinhos e Caiobá, progrediram lentamente, fato que pode ser entendido a partir de questões de nível mundial e de nível local. Segundo Sampaio (2006a, p. 174), a nível mundial cabe atenção:

A quebra da bolsa de Nova York (1929), cuja crise econômica atinge diretamente o principal produto de exportação brasileiro, o café, base da economia nacional, precipitando o fim da República Velha (1930), os embates constitucionais (1932-1934), a assim chamada "intention comunista" (1935) e o Estado Novo (1937). E, em 1939, eclode a II Grande Guerra, que se estenderá até 1945.

Quanto às razões de nível local ocorridas na época e que condicionaram esse quadro, conforme Sampaio (2006a, p. 174-175), ao menos duas merecem destaque:

Uma foi o problema sanitário, constituído sobretudo pelo impaludismo que grassava em toda a região litorânea, e pela helmintíase, que, embora infectasse tipicamente a população dos caboclos, poderia alcançar as famílias banhistas, e, especialmente, as crianças, e a outra, a precariedade das comunicações, que tornava as viagens bastante difíceis e sujeitas a transtornos e riscos, o que se agravava para se ir a Guaratuba, que exigia, após o percurso pela praia até Caiobá, o trajeto até a Prainha, já no interior da baía, para, ali, se tomarem as canoas para sua travessia.

Na década de 1940 é observada uma superação parcial desses problemas a partir de investimentos públicos realizados nos balneários, como a erradicação da

malária a partir de uma série de ações, dentre elas a construção de um conjunto de canais de dragagem, pelo recém-criado Departamento Nacional de Obras e Saneamento (DNOS), a construção da estrada que ligava Matinhos a Caiobá, em 1942, que apesar de apenas 3 km de extensão, qualificou o trecho e valorizou os dois balneários. Foram construídas em 1948 a estrada que liga Praia de Leste a Matinhos, eliminando a necessidade do trajeto pela praia e a estrada que permitiu a ligação de Guaratuba a Curitiba por terra e ao Estado de Santa Catarina, permitindo que esse balneário tivesse a presença do automóvel pela primeira vez (BIGARELLA, 1999).

A erradicação da malária gerou ainda uma mudança nos hábitos dos frequentadores do litoral, que passaram a ter no verão sua época preferida para visitação em vez do inverno, que era preferido pelos banhistas por existir menos mosquitos (ESTEVES, 2011).

O local mais procurado no litoral do Paraná, devido   facilidade de acesso, a Ilha do Mel, durante a Segunda Guerra Mundial foi considerada área de segurança nacional e muitas casas, principalmente as que pertenciam a famílias de origem alemã foram desapropriadas e utilizadas para aquartelamento de tropas. Parte dessas famílias passou a frequentar os balneários de Caiobá e Matinhos que tiveram o acesso facilitado pela cria o da Estrada do Mar (ESTEVES, 2011).

Conforme estudo de Sampaio (2006a) a partir da década de 1950, um novo impulso   gerado   ocupa o balneária devido a uma curvatura econômica e demográfica associada ao otimismo natural do pós-guerra. Nesse sentido, foi perceptível o crescimento econômico advindo da produ o agrícola, principalmente do café, desenvolvida no Estado do Paraná nas áreas recém-ocupadas e em expansão no chamado norte novo. Por outro lado, segundo este autor houve um crescimento significativo da popula o no Estado do Paraná que em 1940 era de 1,2 milhão, passou para 2,1 milhões em 1950 e para 4,2 milhões em 1960.

Decorrente da expansão agrícola no Estado fez-se necessária a constru o e pavimenta o de rodovias para exportar a produ o pelo Porto de Paranaguá que simultaneamente facultará o acesso às praias, para uma popula o significativa, além da oriunda de Curitiba e Paranaguá que iniciou a ocupa o balneária e que foi significativamente aumentada. No início da década de 1950, após o lançamento da Cidade Balneária Pontal do Sul, mais precisamente em 1951, principiou a ocupa o de todo o litoral sul estadual (ao sul da ba ia de Paranaguá) (SAMPAIO, 2006b).

Simultaneamente, no outro extremo da planície litorânea, lançou-se o loteamento da Cidade de Caiubá (BIGARELLA, 1999) que unia Matinhos e Caiobá. Dessa forma, a orla da planície de Praia de Leste passou a ter em seus dois extremos projetos de apropriação significativos para o uso balneário. De um lado a Cidade Balneária Pontal do Sul e do outro, a Cidade Balneária de Caiubá (SAMPAIO, 2006a).

Após o lançamento desses balneários, seguiu-se um processo de loteamentos, abrangendo as orlas das duas planícies, as quais após três décadas estavam praticamente ocupadas (SAMPAIO, 2006a).

A intensidade da ocupação balneária no Estado do Paraná pode ser percebida pelo fato de que na época de 1950, no trecho entre o pontal do Sul e o local onde a Estrada do Mar toca a orla (Praia de Leste), foram lançados dez loteamentos, além da Cidade Balneária Pontal do Sul, sete deles até 1955 (SAMPAIO, 2006b).

De acordo com Sampaio (2006a) o demonstrativo mais significativo da intensidade com que se deu a ocupação balneária foi o número de lotes cadastrados nas prefeituras litorâneas que em 1983 era de cento e dez (110) mil (CARNEIRO e COELHO<sup>8</sup>, 1984 citado por SAMPAIO, 2006a), o que segundo o autor (2006b), equivaleria a uma mancha, se a ocupação fosse imaginada distribuída igualmente nos 56,2 km das orlas das duas planícies, com aproximadamente dez quadras de largura.

Datam da década de 1970 dois fatos marcantes relacionados com a ocupação e a urbanização. Um deles, iniciado na década de 1960 em Caiobá foi a verticalização das edificações, onde inicialmente ocorreu a liberação de até quatro pavimentos e posteriormente surgiram construções mais altas em Matinhos, com destaque para Caiobá, e em Guaratuba, sendo que em Pontal do Paraná as edificações raramente passavam de quatro pavimentos. O outro fato foi em 1977, consistindo na inauguração da PR-402, trecho asfaltado ligando Praia de leste a Pontal do Sul (SAMPAIO, 2006b).

Na década de 1980, consolidou-se nos municípios do litoral sul o turismo de sol e praia. A expansão de novos loteamentos balneários persiste na década de

---

<sup>8</sup> CARNEIRO, C. G.; COELHO, G. B. **Elementos para o desenho do meio urbano litoral**: observações colhidas da experiência paranaense. In: SEMINÁRIO SOBRE DESENHO URBANO DO BRASIL, 1., 1984, Brasília. Anais... Brasília, 1984. 32 p.

1990, e surgem ainda ocupações irregulares nos balneários litorâneos paranaenses (ESTEVES, 2011).

Um fator importante na ocupação dos balneários foi a popularização do automóvel, devido à facilidade de aquisição que aliada à criação de estradas de acesso aos balneários, contribuiu para sua expansão (ESTEVES, 2011).

Para Sampaio (2006b, p. 68), dentre as características existentes que diferenciam nos balneários:

O curso da ocupação foi o mesmo nos diferentes trechos da orla, no que diz respeito à modalidade de assentamento. Serão sempre parcelamentos do solo, na forma de loteamentos – chamados balneários – com predominância quase absoluta de localização com frente para a praia, e, no mais das vezes, sem continuação, continente adentro, por outro loteamento.

O adensamento da ocupação da orla aliado ao fluxo intenso de imigrantes, começaram a ser ocupadas áreas consideradas menos nobres, localizadas no interior da planície, como por exemplo, os bairros de Piçarras em Guaratuba e Tabuleiro em Matinhos. Essa configuração da ocupação consolidou na década de 1990, a Área de Ocupação Contínua do Litoral do Paraná (MOURA E WERNECK, 2000).

Com a saturação das áreas disponíveis para ocupação balneária, novos espaços foram ensejados, como as Ilhas do Mel, das Peças e Superagui, onde devido ao forte apelo ambiental, a ocupação turística por segundas residências, restaurantes, pousadas, dentre outros, avançou significativamente. Muitos destes empreendimentos comerciais funcionavam apenas na temporada de veraneio, refletindo no nível de empregos, devido a sazonalidade do turismo (ESTEVES, 2011).

## 2.2 EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDORISMO INFORMAL

Esse capítulo compreende a base teórica desta investigação sobre o empreendedorismo e o empreendedorismo informal. Em um primeiro momento abordam-se o empreendedorismo e o empreendedor em sua forma tradicional, seus conceitos, definições e características.

É dada ênfase às características de comportamento consideradas como essenciais ao empreendedor bem como as etapas do processo de criação de empreendimentos utilizados para analisar tais organizações. Esses dois temas serão destacados por constituírem parte do segundo objetivo específico e o terceiro objetivo específico dessa pesquisa. Na sequência aborda-se o empreendedorismo informal, seu histórico, conceitos, definições, causas e efeitos, bem como o comércio turístico dos vendedores ambulantes.

O empreendedorismo em sua forma tradicional, formal, será designado nessa pesquisa apenas como empreendedorismo a fim de diferenciá-lo do empreendedorismo informal que será assim designado.

Nesta pesquisa utilizam-se metodologias comumente empregadas em estudos sobre empreendedorismo na sua forma tradicional, a respeito das características de comportamento empreendedor e o processo de criação de empreendimentos.

### 2.2.1 Empreendedorismo e o empreendedor

Conceituar empreendedorismo e o empreendedor é uma tarefa um tanto quanto complexa por se tratarem de temas subjetivos. As duas palavras são livre traduções dos vocábulos de origem francesa *entrepreneurship* (DOLABELA, 1999) e *entrepreneur* (DORNELAS, 2001) respectivamente, onde o primeiro é utilizado para designar estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades e seu universo de atuação (DOLABELA, 1999) no qual estão contidas as ideias de iniciativa e inovação (DOLABELA, 2008) e o segundo refere-se à “aquele que assume riscos e começa algo novo”. (DORNELAS, 2001, p. 27).

Dornelas (2001) entende que o primeiro uso do termo empreendedorismo pode ser creditado a Marco Polo, que tentou estabelecer uma rota comercial para o oriente. Marco Polo, como empreendedor, assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro (conhecido contemporaneamente como capitalista) para vender mercadorias deste, assumindo papel ativo no que se refere a correr todos os riscos físicos e emocionais, enquanto o capitalista assumia os riscos de maneira passiva (DORNELAS, 2001).

Conforme Dornelas (2001), na Idade Média, o empreendedor era definido como alguém que gerenciava projetos e produções, não assumindo grandes riscos, mas apenas gerenciando os projetos, utilizando-se de recursos disponíveis, vindos geralmente do governo ou do país.

No século XVII ocorreram os primeiros indícios das relações entre o empreendedorismo e assumir riscos, já que nesta época, o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos sendo que qualquer lucro ou prejuízo era exclusivamente do empreendedor, pois os preços eram geralmente tabelados (DORNELAS, 2001).

De acordo com Dornelas (2001) e Dolabela (1999), Richard Cantillon, importante economista e escritor do século XVII, é considerado como um dos criadores do termo empreendedorismo, já que foi um dos primeiros a diferenciar o empreendedor, tido como aquele que assumia riscos, do capitalista, que era quem fornecia o capital. Dolabela (1999) explica que nessa época, a palavra *entrepreneur* era utilizada para designar o indivíduo que incentivava brigas.

No século XVIII, finalmente, o empreendedor e o capitalista foram diferenciados, possivelmente devido ao início da industrialização que ocorria no mundo (DORNELAS, 2001). No final deste século, o termo empreendedor passou a referir-se à pessoa que criava e gerenciava projetos e empreendimentos. (DOLABELA, 1999).

De acordo com Cantillon<sup>9</sup> (1755, citado por DOLABELA, 1999), nessa época o termo empreendedor era referência às pessoas que compravam matéria prima (geralmente produtos agrícolas) e as vendiam a terceiros, após o seu processamento, identificando uma oportunidade de negócios e assumindo riscos

---

<sup>9</sup> CANTILLON, R. **Essay sur la nature du commerce en général**. London: Fetcher Gyler, 1755.

sobre ela. Say<sup>10</sup> (1803, citado por DOLABELA 1999), em outra perspectiva, considerou que o desenvolvimento econômico é o resultado da criação de novos empreendimentos e que o empreendedor é alguém que inova e é agente de mudanças.

Filion (1999) considera Say e Cantillon como os precursores do empreendedorismo, mas afirma que foi Schumpeter<sup>11</sup> (1934, citado por FILION, 1999 e DOLABELA, 2008) que deu projeção ao tema, associando definitivamente o empreendedor ao conceito de inovação e apontando-o como elemento importante para alcançar o desenvolvimento econômico.

Segundo análise de Dornelas (2001) entre o final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram com frequência confundidos com os gerentes ou administradores, sendo que essa confusão se estende até os dias atuais onde os empreendedores são analisados apenas do ponto de vista econômico, sendo definidos como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam ações que são desenvolvidas na organização, sempre a serviço do capitalista.

Para Dolabela (1999; 2008) o termo empreendedorismo popularizou-se no Brasil a partir da década de 1990, sendo interpretado como sinônimo de constituição de empresas. O autor (2008) chama a atenção para o fato de que qualquer ação inovadora corresponde a um ato de empreendedorismo, e que pode ser praticado não somente no âmbito empresarial ou de negócios, que tem no dinheiro uma das medidas de desempenho, mas também no âmbito público, no terceiro setor e no âmbito acadêmico ou educacional.

Para o GEM (2013):

Entende-se como empreendedorismo qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. É importante destacar que o foco principal é o indivíduo empreendedor, mais do que o empreendimento em si. (GEM, 2013, p. 5).

---

<sup>10</sup> SAY, J. B. **Traité d'économie politique**: ou, simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent et se consomment les richesses (1803). Translation: Treatise on political economy: on the production, distribution and consumption of wealth. New York: Kelley, 1964. First ed. 1827.

<sup>11</sup> SCHUMPETER, J. A. **The theory of Economic Development**. Cambridge, MA: Harvard Business University Press, 1934.

Dolabela (2008, p. 23) propõe que “o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”. Cabe destacar que, na linguagem de rotina, o sonho a que se refere Dolabela (2008) é o sonho que se sonha acordado, que pode ser definido como um objetivo viável de ser alcançado, tratando-se não apenas de um fenômeno econômico, mas social, onde:

O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, terá motivação para criar seu próprio negócio. (DOLABELA, 2008, p. 23).

Dessa forma, Dolabela (2008) caracteriza ainda o empreendedorismo como fenômeno cultural, visto que, empreendedores nascem por influência do meio em que vivem e sempre tem alguém que os influencia que é visto pelo empreendedor como um modelo a ser seguido.

O empreendedorismo é ainda um fenômeno local, onde existem cidades, regiões e países mais ou menos empreendedores que outros e que o perfil dos empreendedores varia de um lugar para outro. Como fenômeno coletivo e comunitário, o empreendedorismo implica a ideia de sustentabilidade por envolver além de indivíduos, suas comunidades, regiões e países, tendo como fundamento a cidadania, visando construir o bem estar coletivo, do espírito comunitário, da cooperação (DOLABELA, 2008).

Filion (1999) e Dolabela (1999) afirmam que maior será o número de pessoas que irão escolher o empreendedorismo como opção de carreira conforme o *status* simbólico, sendo uma tendência seguir modelos de empreendedores conhecidos.

Para o indivíduo que empreende, a realização de ação empreendedora gera autonomia, auto-realização e torna possível a busca pelo sonho, já para a sociedade onde está inserido, o empreendedorismo pode ser encarado como uma arma contra o desemprego tendo o empreendedor como responsável pelo crescimento econômico e desenvolvimento social, o qual faz uso da inovação para dinamizar a economia (DOLABELA, 2008).

Conforme Dolabela (1999) ser empreendedor vai além do acúmulo de conhecimento, relaciona-se a introdução de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmos voltando-se para atividades em que

o risco, a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis. Nesse sentido, o referido autor entende que:

O empreendedorismo deve conduzir ao desenvolvimento econômico, gerando e distribuindo riquezas e benefícios para a sociedade. Por estar constantemente diante do novo, o empreendedor evolui através de um processo iterativo de tentativa e erro; avança em virtude das descobertas que faz, as quais podem se referir a uma infinidade de elementos, como novas oportunidades, novas formas de comercialização, vendas, tecnologia, gestão [...] (DOLABELA, 1999, p. 45).

Adota-se para esse estudo como um conceito geral, o defendido por Hisrich e Peters (2004, p. 29), que se expressam:

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (HISRICH e PETERS, 2004, p. 29).

O conceito de Hisrich e Peters (2004), segundo os referidos autores, destaca quatro aspectos básicos, indiferente da área de atuação do indivíduo. O primeiro refere-se ao processo de criação de algo novo e de valor para o empreendedor e para seu público alvo. O segundo enfatiza a dedicação de tempo e esforço necessários para que o indivíduo alcance os objetivos almejados. O terceiro envolve os riscos incididos, sejam eles financeiros, psicológicos ou sociais, dependendo da área de atuação, os quais são inerentes a qualquer atividade não plenamente dominada pelo empreendedor. O quarto aspecto é atribuído à gratificação de ser empreendedor, as quais estão relacionadas com a independência e satisfação pessoal.

Nesta pesquisa se dá maior ênfase ao primeiro aspecto, referente ao processo de criação de empreendimentos e, ao quarto aspecto, referente ao empreendedor, estudado em termos de características comportamentais. De caráter complementar, adotam-se ainda para esse estudo as definições de Dolabela (2008) para empreendedor e empreendedorismo empresarial, ou seja, o “indivíduo que cria uma empresa, qualquer que seja ela” (p. 25) e o ato ou iniciativa de “abrir empresas” (p. 24).

### 2.2.2 Características de comportamento empreendedor

Segundo Dolabela (1999) e Filion (1999) há duas correntes dentro do empreendedorismo: a primeira é a corrente dos economistas que associaram o empreendedor e o empreendedorismo à inovação. Essa corrente, segundo Filion (1999) teve significativas contribuições dos escritores e economistas Cantillon, Say e Shumpeter. A segunda corrente é a dos comportamentalistas, compreendendo os psicólogos, psicanalistas, sociólogos e outros especialistas do comportamento humano que enfatizam aspectos relativos às atitudes comportamentais como a criatividade e a intuição (FILION, 1999).

Nesta segunda corrente, conforme Filion (1999), Max Weber foi o primeiro estudioso a se interessar em estudar o empreendedor. Weber<sup>12</sup> identificou o sistema de valores como um elemento fundamental para explicação do comportamento empreendedor, pois via o empreendedor como inovador, como pessoa independente, no qual seu papel de liderança nos negócios compreendia uma fonte de autoridade formal.

Contudo, coube ao psicólogo David Clarence McClelland, na década de 1960, as primeiras contribuições ao empreendedorismo do ponto de vista das ciências comportamentais, pois demonstrou que o ser humano é um ser social e que “é razoável pensar que os seres humanos tendem a reproduzir seus próprios modelos” (FILION, 1999, p. 9).

Bartel (2010) apresenta a biografia de David Clarence McClelland. Nasceu em 1917 e ingressou em Harvard em 1956, 15 anos após a conclusão de seu doutorado em Psicologia na Universidade de Yale. Ingressou na Universidade de Boston em 1987, onde permaneceu até 27 de março de 1998 quando, devido a problemas cardíacos, veio a óbito. Esse pesquisador deu ênfase ao comportamento destacando que o indivíduo atinge seus objetivos e sucesso se estiver motivado para tal. Identificou a motivação para realização ou o impulso para melhorar (MCCLELLAND, 1961<sup>13</sup> citado por BARTEL, 2010) como sendo, em parte,

---

<sup>12</sup> WEBER, Max. **The protestant ethic and the spirit of capitalism**. Translated by Talcott Parsons, London, Allen & Unwin, 1930.

<sup>13</sup> MCCLELLAND, D. C. **The Achievement Society**. Princeton: D. Van Nostrand Co. 1961.

responsável pelo crescimento econômico. (MCCLELLAND, 1972<sup>14</sup> citado por BARTEL, 2010).

Dolabela (2008) e Fillion (1999) mencionam que empresários de sucesso são influenciados por empreendedores do seu círculo de relações, seja família ou amigos ou por líderes ou figuras importantes, que são tidos como modelos comportamentais a serem seguidos. McClelland<sup>15</sup> (1951, citado por BARTEL, 2010) ao destacar o papel de homens de negócios na sociedade e suas contribuições com o desenvolvimento econômico, enfatiza a importância em identificar as características do comportamento empreendedor.

O traço de personalidade foi um tema estudado por McClelland de forma profunda, demonstrando em seus estudos que a necessidade específica de realização está presente e gera estrutura motivacional diferenciada no empreendedor. O referido autor complementa que além da necessidade de realização, as pessoas também são motivadas pelas necessidades de afiliação/ planejamento e poder e desenvolveu sua teoria sobre as características comportamentais empreendedoras baseando-se na crença que o estudo da motivação contribui significativamente para o entendimento do empreendedor. (BARTEL, 2010).

A necessidade de realização impulsiona os empreendedores a iniciar um empreendimento, testar seus limites e fazer um bom trabalho e pode ser desenvolvida a qualquer momento da vida, levando-se em conta o desejo e a oportunidade. (MCCLELLAND citado por BARTEL, 2010).

Indivíduos que apresentam essa necessidade dedicam mais tempo a tarefas desafiadoras e preferem depender de habilidades próprias para alcançar resultados (MCCLELLAND e WINTER, 1971<sup>16</sup> citado por BARTEL, 2010). Tal necessidade envolve aceitação das habilidades e tendência a tomar iniciativa e obter melhor qualidade, produtividade, crescimento e lucratividade, onde os indivíduos colocam-se em situações altamente competitivas com metas realistas e executáveis (BARTEL, 2010).

Conforme Bartel (2010, p. 32-33), os empreendedores caracterizam-se por:

---

<sup>14</sup> MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva**: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

<sup>15</sup> MCCLELLAND, D. C. **The Personality**. New York: William Sloane, 1951.

<sup>16</sup> MCCLELLAND, D. C.; WINTER, D. J. **Motivating economic achievement**. New York: Free Press, 1971.

- a) Competir por critérios próprios;
- b) Encontrar um padrão de excelência;
- c) Objetivar a realização;
- d) Usar *feedback*;
- e) Visar metas de longo prazo;
- f) Formular estratégias para superar obstáculos;
- g) Habilidade em tomar iniciativa;
- h) Procurar e alcançar qualidade, lucratividade e produtividade;
- i) Aprender com a persistência e compromisso, a tomada de risco, a oportunidade, o potencial e a qualidade e eficiência.

Conforme Bartel (2010, p. 33), a filiação é a demonstração da necessidade de estabelecer, manter ou reestabelecer relações emocionais com outras pessoas, sendo resultado da capacidade de planejamento nas soluções criativas, em planos empresariais e operacionais, metas, objetivos, informações e *feedbacks*, reforçando as características do indivíduo em:

- a) Estabelecer laços de amizade;
- b) Ser aceito;
- c) Fazer parte de grandes grupos sociais;
- d) Preocupar-se com o rompimento de relações interpessoais positivas.

Na necessidade relacionada ao poder, os empreendedores demonstram uma grande preocupação em exercer o poder sobre os outros indivíduos (MCCLELLAND, 1971 citado por BARTEL, 2010).

De acordo com Bartel (2010) essa necessidade deve ser controlada e disciplinada de forma a contribuir para o benefício da organização como um todo e caracteriza-se por melhorar a capacidade individual, encontrar cooperação necessária, influenciar e negociar buscando-se estratégias eficientes e cooperação através de uma rede de contatos. Indivíduos com tal necessidade:

- a) Executam ações poderosas;
- b) Despertam reações emocionais nas pessoas;

- c) Preocupam-se com a reputação, *status* e posição social;
- d) Superação.

A partir dessa teoria, McClelland (1961, citado por BARTEL, 2010) desenvolveu um instrumento para que pudesse medir o potencial empreendedor de cada uma das dez características de comportamento empreendedor que foram identificadas em empresários bem sucedidos de vários contextos culturais, que englobam as necessidades de realização, afiliação/ planejamento e poder.

A esquematização das características comportamentais empreendedoras, conforme instrumento de mensuração desenvolvido pela empresa de consultoria de McClelland (*McBeer e Company*), juntamente com a Agência para o Desenvolvimento Internacional dos Estados Unidos (USAID) e a consultoria *Management Systems Internacional* (MSI) pode ser observada no QUADRO 1.

NECESSIDADE	CARACTERÍSTICA EMPREENDEDORA	
Realização	Busca de Oportunidades e iniciativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aproveita oportunidades fora do comum para abrir um negócio;</li> <li>• Desenvolve ações para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços;</li> <li>• Realizar coisas antes do solicitado ou antes de forçado pelas circunstâncias.</li> </ul>
	Persistência	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Assumir responsabilidade pessoal;</li> <li>• Agir diante de um obstáculo e conseguir superar;</li> <li>• Enfrentar os desafios com mudanças de estratégia.</li> </ul>
	Comprometimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para concluir um trabalho, colabora com os demais;</li> <li>• Manter os clientes satisfeitos, colocando em primeiro lugar a boa vontade a longo prazo, acima do lucro a curto prazo;</li> <li>• Para completar uma tarefa, faz um sacrifício pessoal.</li> </ul>
	Exigência de qualidade e eficiência	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ações para atingir ou superar os padrões de excelência;</li> <li>• Busca fazer o melhor, mais rápido e mais barato;</li> <li>• Assegurar que o trabalho atenda aos padrões de qualidade.</li> </ul>
	Correr riscos calculados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desafios ou riscos moderados nas situações;</li> <li>• Avaliar as alternativas e calcular riscos;</li> <li>• Ações para reduzir os riscos e controlar os resultados.</li> </ul>
Planejamento	Estabelecimento de metas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metas de curto prazo mensuráveis;</li> <li>• Metas de longo prazo claras e específicas;</li> <li>• Metas e objetivos desafiantes com significado pessoal.</li> </ul>
	Busca de informações	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigar novo produto/serviço;</li> <li>• Consultar especialista;</li> <li>• Obter informações.</li> </ul>
	Planejamento e monitoramento sistemático	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantém registros para tomar decisões;</li> <li>• Revisar planos levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais;</li> <li>• Planejar dividindo tarefas maiores em sub tarefas com prazos definidos.</li> </ul>
Poder	Persuasão e rede de contatos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desenvolver e manter relações;</li> <li>• Utilizar estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir pessoas;</li> <li>• Utilizar pessoas chave para atingir seus próprios objetivos.</li> </ul>
	Independência e autoconfiança	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manter o ponto de vista diante da oposição ou dos resultados desanimadores;</li> <li>• Autonomia em relação a normas e controle dos outros;</li> <li>• Confiança na sua própria capacidade.</li> </ul>

QUADRO 1 - CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS

FONTE: McClelland, D. C., Winter D. J. *Motivating economic achievement*. New York: Free Press, 1971 & McClelland, C. C. *A sociedade competitiva: realização e progresso social*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972 adaptado para o SEBRAE/ Empretec in Bartel, 2010, p. 34.

Outros autores da corrente comportamentalista também realizaram pesquisas sobre as características de comportamento empreendedor. No QUADRO 2 pode ser observada a relação de autores considerados em um trabalho desenvolvido por Cooley<sup>17</sup> (1991, citado por BARTEL, 2010).

1. Akhouri e Bhattach	8. Hornaday e Abboud	15. Pareek e Rao
2. Begley e Boyd	9. Hornaday e Bunker	16. Pickle
3. Brockaus	10. Indian Institute of Management	17. Quednaq
4. Bruce	1. KHIC	18. Shapero
5. Casson	2. McBer	19. Tay
6. East-West Center	3. Meridith, Nelson e Neck	20. Timmons
7. Gasse	4. Miner e Smith	21. Welsh e White

QUADRO 2 - AUTORES DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DA PESQUISA DE COOLEY

FONTE: Adaptado de COOLEY (1991, p. 115) *in* BARTEL (2010, p. 28).

Cada uma das colunas do QUADRO 3 representa um autor do QUADRO 2, que destaca o empreendedor em uma ou mais das vinte características relacionadas ao comportamento empreendedor, conforme pesquisa de Cooley (1991 citado por BARTEL, 2010).

<sup>17</sup> COOLEY, L. **Entrepreneurship training and strengthening of entrepreneurial performance.** Mphil Thesis. Cranfield Institute of Tecnology. Cranfield, UK, 1991.

Características Empreendedoras	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
Necessidade de realização e qualidade	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Propensão a assumir riscos moderados	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Iniciativa	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Identificar oportunidades				■																		
Resistência e Persistência																						
Energia e Comprometimento						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Orientação para a eficiência																						
Busca de informações																						
Aceitar limitações e aprendizagem																						
Insatisfação e marginalidade																						
Estabelecer objetivos e resultados																						
Habilidades de planejamento																						
Orientação para o futuro																						
Solução de problemas e inovação					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Habilidades para influenciar																						
Autoconfiança	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Independência	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Habilidades interpessoais																						
Liderança	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Flexibilidade e tolerância																						

FIGURA 2 - CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS IDENTIFICADAS NAS PESQUISAS DE COOLEY.

Cinza representa as características referentes a cada autor citado no QUADRO 2 e em preto são representadas as características defendidas por McClelland.

FONTE: COOLEY (1991, p. 115) *in* BARTEL (2010, p. 29).

Observa-se a partir do QUADRO 3 que das 20 (vinte) características comportamentais utilizadas pelos 21 (vinte e um) autores de acordo com a pesquisa de Cooley (1991, citado por BARTEL, 2010), as 6 (seis) características mais citadas estão entre as 10 (dez) características empreendedoras defendidas por McClelland (1972 citado por BARTEL, 2010). São elas: necessidade de realização e qualidade, assumir riscos, ter iniciativa, resolver problemas, ter independência e autoconfiança (BARTEL, 2010). Conforme Cooley (1991, citado por BARTEL, 2010) as pesquisas

desenvolvidas por McClelland sobre as características empreendedoras continuam sendo as mais amplas e rigorosas pesquisas empíricas.

Diante do exposto, adota-se para essa pesquisa, como recursos na perspectiva de instrumentos e guias para uma análise sobre esse assunto, as direções de David Clarence McClelland, de que são dez as características comportamentais essenciais para empreendedores.

### 2.2.3 A criação de empreendimentos

De acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2013)* as pessoas empreendem por necessidade ou por oportunidade. Os empreendedores por necessidade são aqueles que iniciam um empreendimento autônomo por não possuírem melhores oportunidades de obtenção de renda, abrindo um negócio com o objetivo de gerar renda. Enquanto os empreendedores por oportunidade são caracterizados como aqueles que identificam uma oportunidade de negócio e decidem empreender, mesmo com a possibilidade de obtenção de alternativas de emprego e renda (GEM, 2013).

Para Gimenez (2013) os fatores que levam um indivíduo a empreender por necessidade ou oportunidade podem ter uma explicação antecedente. Tal autor questiona se “a frustração e a vontade de romper com a situação vivida” (p. 13) são elementos que podem ajudar a compreender melhor os motivos para ação empreendedora. De acordo com o referido autor, uma pessoa pode tomar a iniciativa de empreender por ter uma necessidade de mudar a sua vida, sendo esta necessidade não apenas de caráter financeiro.

Para Degen (1989, p. 15) existem vários motivos que levam as pessoas a criarem seu próprio negócio, dentre os mais comuns:

Vontade de ganhar muito dinheiro, mais do que seria possível na condição de empregado; desejo de sair da rotina e levar suas próprias ideias adiante; vontade de ser seu próprio patrão e não ter de dar satisfações a ninguém sobre seus atos; a necessidade de provar a si e aos outros do que é capaz de realizar um empreendimento e o desejo de desenvolver algo que traga benefícios, não só para si, mas para a sociedade.

Degen (1989) complementa que para cada pessoa, os motivos para empreender são uma miscelânea dos motivos citados, somados a particularidades de cada pessoa.

De acordo com Dornelas (2001) a decisão de empreender pode ocorrer devido a fatores externos, sejam eles ambientais ou sociais, às aptidões pessoais ou a uma mistura de todos esses fatores, considerados como críticos para a criação e o crescimento de um empreendimento.

Na FIGURA 3 são apresentados alguns dos fatores que mais influenciam o processo empreendedor, segundo estudo de Moore (1986).

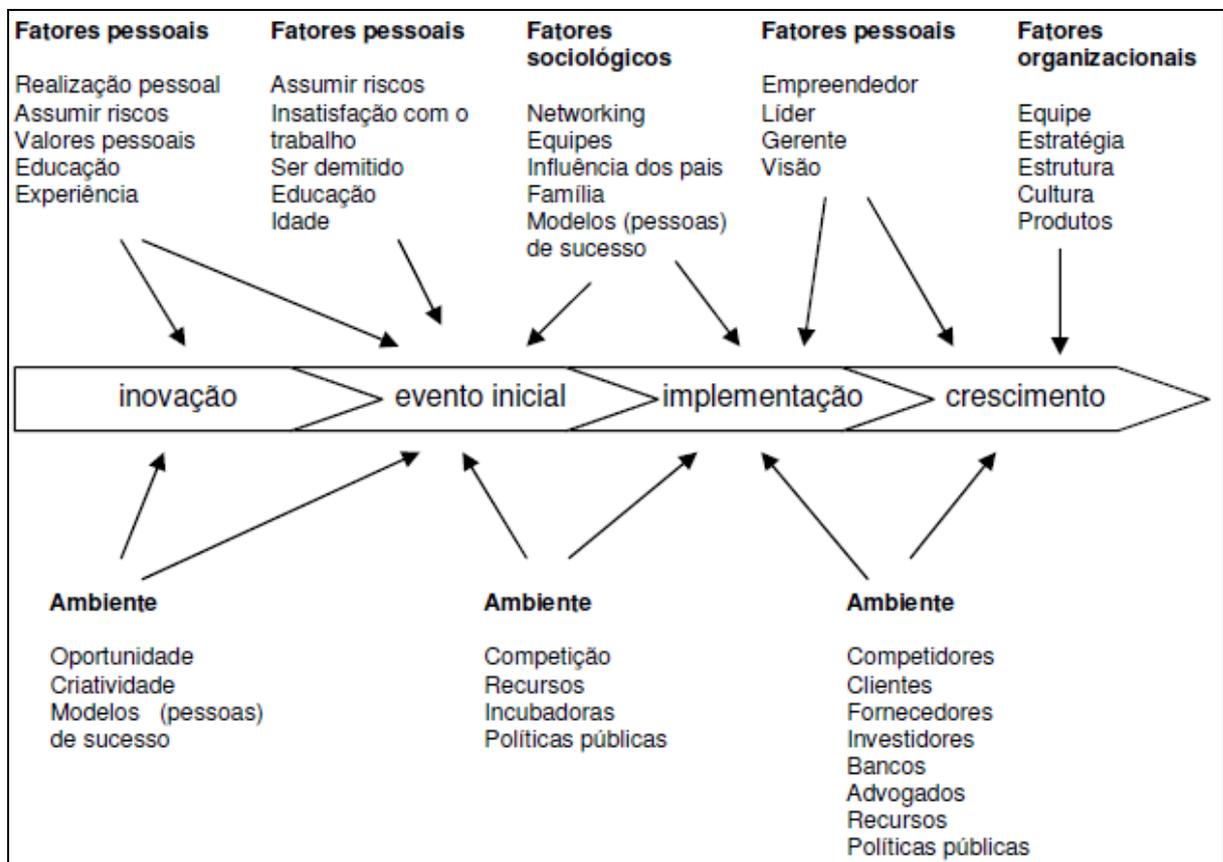


FIGURA 3 - FATORES QUE INFLUENCIAM NO PROCESSO EMPREENDEDOR  
 FONTE: MOORE (1986) adaptado por DORNELAS (2001)

Compreendendo o conjunto das atividades, funções e ações associadas com a criação de novas empresas, o processo empreendedor envolve a criação de algo novo e de valor, requer dedicação, comprometimento de tempo e esforços necessários ao crescimento da empresa e exige ousadia, que se assumam riscos calculados, que as decisões tomadas sejam críticas e que as falhas e erros não sejam motivos para o empreendedor desanimar (DORNELAS, 2001).

Para Liao e Welsch<sup>18</sup> (2002) citado por Onozato (2007), o processo de criação de empresas consiste na sequência temporal de eventos de atividades que acontecem quando um empreendedor cria seu novo negócio.

Para Borges, Simard e Fillion (2005) o processo de criação de um empreendimento compreende o conjunto das atividades que o empreendedor irá realizar para conceber, organizar e lançar uma empresa.

Para Dornelas (2001) o processo empreendedor compreende quatro etapas: 1 – Identificar e avaliar a oportunidade; 2 – Desenvolver o Plano de Negócios; 3 – Determinar e captar recursos necessários; e 4 – Gerenciar a empresa criada (FIGURA 4).

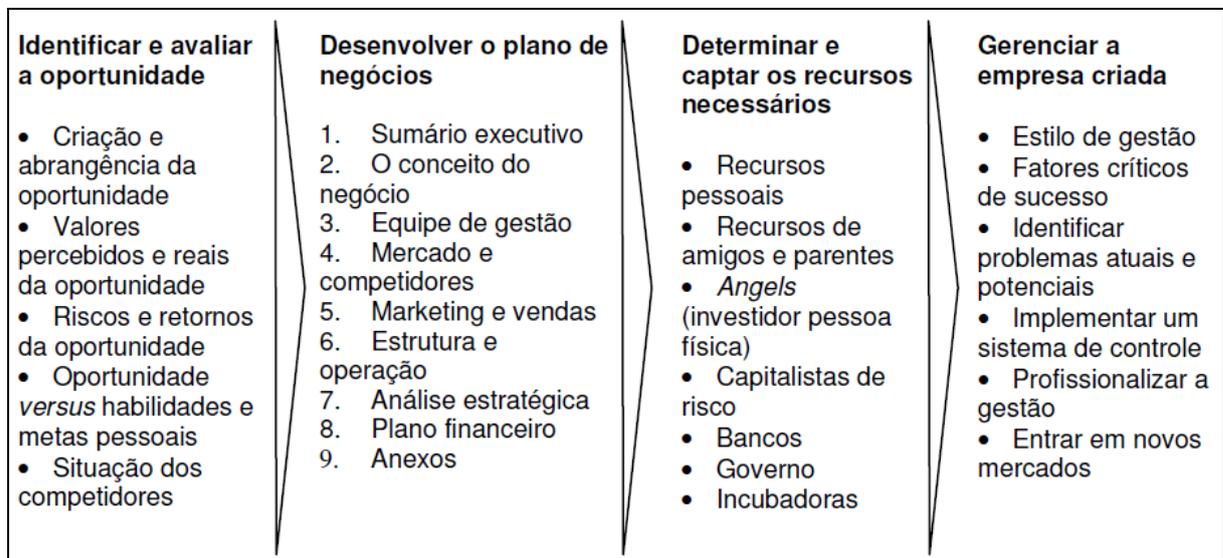


FIGURA 4 - ETAPAS DO PROCESSO EMPREENDEDOR  
 FONTE: HISRICH (1998) adaptado por DORNELAS (2001)

As fases do processo empreendedor apontadas por Dornelas (2001) são apresentadas de maneira sequencial, mas cabe ressaltar que de acordo com o referido autor elas podem acontecer de maneira sobreposta, onde não há a obrigatoriedade de que nenhuma seja completamente concluída para que a seguinte se inicie.

Para Dornelas (2001) identificar e avaliar uma oportunidade é a etapa mais difícil, pois envolve conhecimento de mercado e experiência para analisar sua viabilidade.

<sup>18</sup> LIAO, Jianwen; WELSCH, Harold. The temporal patterns of venture creation process: an exploratory study. **Frontiers of Entrepreneurship Research**. United States, Massachusetts: 2002.

A segunda fase do processo consiste no desenvolvimento do Plano de Negócios, envolvendo uma série de conceitos que devem ser entendidos e registrados de maneira escrita, formando um documento de poucas páginas que sintetize a empresa, suas estratégias de negócio, mercado de atuação e competidores, geração de receitas, entre outros (DORNELAS, 2001).

Na terceira fase, a determinação dos recursos necessários acontecerá como consequência do Plano de Negócios. Já a captação dos recursos necessários poderá ser feita de várias formas e através de fontes distintas, como: financiamento em bancos, economias pessoais ou familiares ou investidores (DORNELAS, 2001).

A quarta e última etapa, gerenciamento da empresa, relaciona-se ao à gestão diária da empresa com vistas ao crescimento e expansão da mesma, superando dificuldades encontradas.

Para Degen (1989) a criação de um empreendimento depende do desenvolvimento, pelo empreendedor, de três etapas (FIGURA 5): 1 – Identificar a oportunidade do negócio; 2 – Desenvolver o conceito do negócio; e 3 – Implementar o empreendimento.

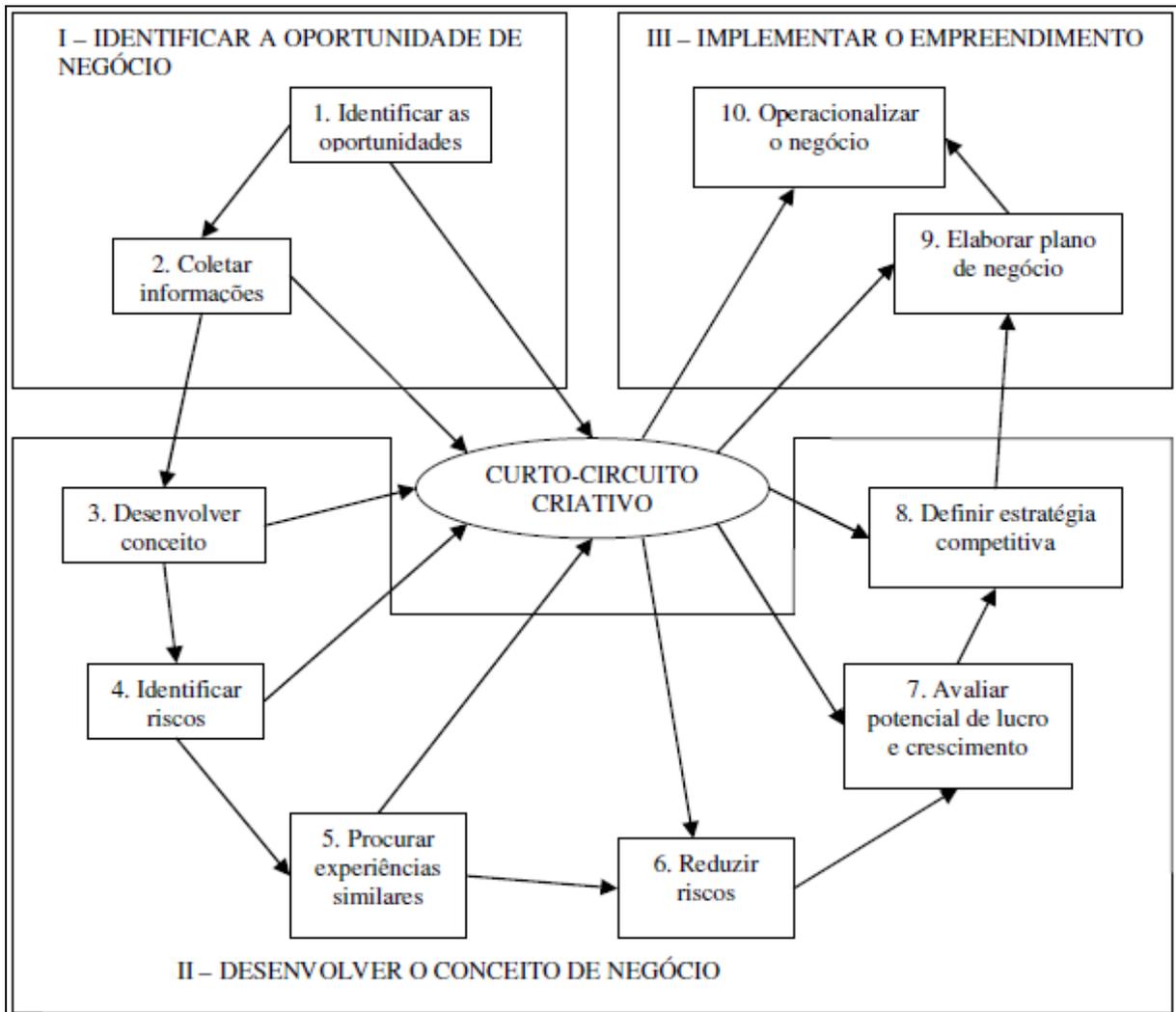


FIGURA 5 - ETAPAS DA CRIAÇÃO DE UM NEGÓCIO PRÓPRIO  
 FONTE: DEGEN (1989, p. 17).

O formato cíclico da representação, segundo o referido autor, tem o objetivo de ordenar as ideias dos empreendedores e este formato de curto-circuito criativo propicia ao empreendedor moldar o processo de acordo com a necessidade do seu empreendimento.

Conforme Degen (1989) a primeira etapa consiste em identificar a oportunidade do negócio e realizar a coleta de informações sobre ele. A segunda etapa refere-se ao desenvolvimento do conceito de negócio, baseando-se nas informações coletadas na etapa anterior, onde deve-se identificar os riscos, buscar experiências similares para avaliar esses riscos, adotar medidas para reduzi-los, avaliar o potencial de lucro e crescimento e definir a estratégia competitiva que será adotada para o empreendimento. Por fim, a terceira e última etapa consiste na implementação do empreendimento, começando pela elaboração do Plano de

Negócios, passando pela definição das necessidades de recursos e suas fontes até chegar a sua completa operacionalização.

Labrecque, Borges, Simard e Fillion (2005a, 2005b) propuseram um modelo para estudar o Processo de Criação de Empreendimentos (*Venture Creation Processes*) após estudos sobre o tema. A primeira aplicação desse modelo foi realizada em um estudo sobre os empreendimentos do Quebec, no Canadá entre 2004 e 2005 por Borges, Simard e Fillion (2005). Os dados que foram obtidos a partir da realização da pesquisa dos empreendimentos do Quebec foram organizados em dois documentos. No primeiro intitulado como “*Recherche sur la création d’entreprises – Partie A - Données*” (LABRECQUE, BORGES et al., 2005a) são organizadas as informações sobre os empreendimentos, como tamanho, região, faturamento, formação e fontes de financiamentos. O segundo documento, “*Recherche sur la création d’entreprises – Partie B - Données*” (LABRECQUE, BORGES et al., 2005b) é composto pela pesquisa sobre os estágios do processo de criação dos empreendimentos pesquisados.

O modelo do Processo de Criação de Empreendimentos de Labrecque, Borges, Simard e Fillion (2005a, 2005b) é dividido em quatro estágios: 1. Iniciação; 2. Preparação; 3. Lançamento; e 4. Consolidação (QUADRO 3).

<b>Estágio</b>	<b>Iniciação</b>	<b>Preparação</b>	<b>Lançamento</b>	<b>Consolidação</b>
<b>Atividades</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificação da oportunidade de negócio;</li> <li>2. Reflexão e desenvolvimento da ideia de negócio;</li> <li>3. Decisão de criar o empreendimento.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaboração do Plano de Negócios;</li> <li>2. Conclusão da Pesquisa de marketing;</li> <li>3. Captação de recursos;</li> <li>4. Criação do time empresarial (parceiros);</li> <li>5. Registro da marca ou patente.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Trâmites legais;</li> <li>2. Dedicção integral ao empreendimento;</li> <li>3. Organização de instalações e equipamentos;</li> <li>4. Desenvolvimentos dos primeiros produtos de serviços;</li> <li>5. Contratação de funcionários;</li> <li>6. Primeiras vendas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atividades de Promoção e Marketing;</li> <li>2. Vendas;</li> <li>3. Alcance do ponto de equilíbrio;</li> <li>4. Planejamento formal;</li> <li>5. Gestão.</li> </ol>

QUADRO 3 - ESTÁGIOS E ATIVIDADES DO PROCESSO DE CRIAÇÃO DE UM EMPREENDIMENTO  
 FONTE: BORGES, SIMARD e FILION (2005) traduzido pela Autora (2015).

De acordo com Borges, Simard e Fillion (2005), no estágio de iniciação, primeiro estágio, procura-se evidenciar a identificação de uma oportunidade de negócio, a reflexão e o desenvolvimento da ideia do negócio e a decisão de criar o

negócio pelo empreendedor. O estágio de preparação é composto pela elaboração do Plano de Negócios, a conclusão da pesquisa de *marketing*, a captação de recursos, a criação do time empresarial (parceiros) e o registro da marca ou patente.

No estágio de lançamento, terceiro estágio, são enfatizados os trâmites legais, a dedicação dos empreendedores ao empreendimento, se será integral ou parcial, a organização de instalações e equipamentos, o desenvolvimento dos primeiros produtos e serviços, a contratação de funcionários e as primeiras vendas. No quarto estágio, consolidação, estão posicionadas as atividades de promoção e *Marketing*, vendas, alcance do ponto de equilíbrio do fluxo de caixa, planejamento formal e gestão do empreendimento.

Contrária à lógica clássica ou causal de criação de empreendimentos proposta por Degen (1989), Dornelas (2001) e Labrecque, Borges, Simard e Filion (2005), Saras Sarasvathy propõe que a criação de um empreendimento seja um processo *effectual* ao qual denominou *Effectuation*. De acordo com o processo de criação *Effectuation*, “o empreendedor tem um papel central no processo de criação das empresas e é parte de um ambiente dinâmico, envolvendo múltiplas decisões que são interdependentes e simultâneas”. (PELOGIO *et al*, 2011, p.4).

O *Effectuation* pode ser definido como um modelo de tomada de decisão alternativo ao modelo clássico que é baseado no princípio da causalidade (PELOGIO *et al*, 2011; PELOGIO *et al*, 2013). Enquanto nos modelos clássicos de decisão é objetivado um determinado efeito e concentra-se na seleção dos meios (recursos) para que se possa alcançar o efeito desejado, por outro lado, no modelo de decisão *Effectuation*, orienta-se a considerar um conjunto de meios (recursos) e se concentra na seleção entre efeitos possíveis de serem criados com aquele conjunto de meios. (PELOGIO *et al*, 2011).

Sarasvathy (2001a, 2001b) resume o modelo *effectual* em quatro princípios (QUADRO 4).

<b>PRINCÍPIOS DO EFFECTUATION</b>	
1º PRINCÍPIO	Perdas aceitáveis, em vez de retornos esperados.
2º PRINCÍPIO	Alianças estratégicas, em vez de análises competitivas.
3º PRINCÍPIO	Exploração sobre contingências, em vez de utilizar conhecimento pré existente.
4º PRINCÍPIO	Controlar um futuro imprevisível, em vez de prever um futuro incerto.

QUADRO 4: PRINCÍPIOS DO EFFECTUATION

FONTE: Elaborado pela autora (2015)

O primeiro princípio está relacionado às perdas aceitáveis, ao invés de retornos esperados, onde enquanto os modelos baseados na causalidade são baseados na maximização do potencial retorno de uma decisão, selecionando estratégias que otimizem a relação meios/retorno, no processo *effectual*, o empreendedor determina inicialmente um nível aceitável de perda e experimenta quantas estratégias forem possíveis, considerando os recursos disponíveis. Nesse caso, o empreendedor, no modelo *effectual* prefere estratégias que possibilitem mais opções no futuro em vez de usar estratégias que maximizam retornos esperados no presente. No *Effectuation* as estratégias são emergentes e não preditivas. (FAIA, ROSA E MACHADO, 2014).

O segundo princípio é o das alianças estratégicas, ao invés de análises competitivas. Nos modelos de causalidade enfatizam-se análises detalhadas sobre a competição em um determinado mercado. Já no modelo *effectual*, por sua vez, enfatizam-se alianças estratégicas e pré-comprometimento com *stakeholders*, como alternativa para eliminar e/ou reduzir incertezas e construir barreiras que reduzam a competição em um determinado mercado.

A exploração de contingências, ao invés da utilização de conhecimento pré-existente se constitui no terceiro princípio. Conforme tal princípio, modelos de causalidade podem ser preferíveis quando o conhecimento pré-existente, a experiência pessoal e o domínio de uma nova tecnologia representam a principal fonte de vantagem competitiva. Entretanto, o modelo *effectual* pode ser mais apropriado para explorar contingências que surgem inesperadamente ao longo do tempo.

O quarto princípio está relacionado a controlar um futuro imprevisível, ao invés de prever um futuro.

A lógica do controle explorado no modelo *effectual* está presente, à medida que os recursos básicos disponíveis no início da empresa (“Quem eu sou”, “O que eu sei” e “quem eu conheço”) são analisados.

Assim, processos decisórios fundamentados na causalidade são baseados em aspectos previsíveis para um futuro incerto, ou seja, tem como lógica que: na medida em que se pode prever o futuro, se pode controlá-lo. Já no modelo *effectual*, na medida em que se pode controlar o futuro, não há necessidade de prevê-lo. Nessa direção, a racionalidade do *Effectuation* é categorizada como um modo de racionalidade alternativo à racionalidade clássica causal (SARASVATHY, 2001b).

Conforme Sarasvathy (2001a, 2001b), o processo *Effectuation* parte de três categorias básicas de recursos: identidade, conhecimento e redes sociais. Os empreendedores iniciam por que eles são, o que eles conhecem e quem eles conhecem de maneira a imaginar coisas que eles possam realizar, refletindo em eventos futuros que eles possam controlar em vez de prever.

Na sequência, os empreendedores passam a divulgar seu projeto para outras pessoas de modo a obter retornos de como proceder com coisas que eles possivelmente poderiam fazer. As pessoas do seu círculo de contatos podem se tornar parceiros comprometidos com o desenvolvimento do projeto ao longo do tempo.

No *Effectuation*, o empreendedor apresenta-se como um agente relacional atuando em *Networks* e redes sociais e pode construir artefatos de mercado. Pode ainda atuar como agente transformador de recursos em artefatos ou meios para alcançar objetivos e criar oportunidades (MACHADO E NASSIF, 2014).

As lógicas causal e *effectual* apesar de serem opostas, não excluem uma à outra, sendo que o empreendedor pode utilizar cada uma delas em diferentes momentos do processo de criação e desenvolvimento de um empreendimento. (GONZÁLEZ; AÑEZ; MACHADO, 2011).

O terceiro objetivo dessa pesquisa, referente ao processo de criação de empreendimentos informais de vendedores ambulantes, será investigado baseando-se no *effectuation*.

#### 2.2.4 Empreendedorismo informal

Ao referir-se ao empreendedorismo informal, pode-se observar que o que distingue o formal do informal, a princípio, são as normas jurídicas instituídas pelo Estado, a partir das quais são estabelecidos direitos trabalhistas aos trabalhadores formais (MELO e SOUTO, 2012). A discussão que trata sobre uma definição para a informalidade é ampla e sua interpretação varia de acordo com a região ou país e período temporal à que se refere.

Busca-se nessa seção trazer definições no âmbito nacional e internacional sobre a informalidade a partir de interpretações de diferentes autores acerca do

tema, com a finalidade de entender a existência desse fenômeno bem como suas causas e consequências, sua importância e contribuição para a economia.

De acordo com Cacciamali (1983) e Soares (2008) a denominação de Mercado de Trabalho Informal foi utilizada pela primeira vez em 1971, em um estudo sobre Gana por Keith Hart o qual foi apresentado em uma conferência sobre desemprego urbano na África. Contudo, Cacciamali (1983) destaca a interpretação a partir dos estudos realizados pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) para o Programa Mundial do Emprego.

O mencionado Programa iniciou em 1969 e tinha como um de seus objetivos “propor estudos sobre estratégias de desenvolvimento econômico que observassem como variável chave a criação de empregos, ao invés do crescimento rápido do produto” (CACCIAMALI, 1983, p. 17). Dele derivou um conjunto de missões e convênios internacionais em países diversos, que buscam analisar questões de emprego e renda.

A definição e natureza do setor informal e suas relações com o conjunto da economia tem um marco importante para delimitação teórica situado no relatório da OIT sobre Emprego e Renda no Kenya (CACCIAMALI, 1983). A conceituação que foi apresentada nesse relatório tinha como objetivo “construir uma categoria de análise que descrevesse as atividades geradoras de uma renda relativamente baixa e aglutinasse os grupos de trabalhadores mais pobres no meio urbano” (p. 17-18). Na sequência, a partir de políticas públicas de emprego e renda direcionadas a esses grupos, se poderia atenuar sua situação de pobreza e desigualdades de renda observadas no local.

Cacciamali (1983) adota o relatório do Kenya como marco para discussão do conceito do setor informal, por este detalhar mais precisamente as condições que caracterizariam atividades e trabalhadores informais e pela sua influência na maior parte dos estudos realizados pela OIT, referência em missões em países da África e da Ásia, ou em trabalhos realizados pelo Programa Regional do Emprego para América Latina e Caribe (PREALC), na América Latina e pelo Banco Mundial. Esta autora descreve três interpretações sobre o mercado informal. Essas três interpretações serão complementadas com a interpretação de Soares (2008) que em sua obra “Trabalho Informal: da funcionalidade à subsunção ao capital” segue a mesma linha de Cacciamali (1983).

A primeira interpretação trata da origem da definição do setor informal, o qual é delimitado sob a ótica da produção e caracteriza os empreendimentos informais por:

Apresentarem a organização da produção com pouco capital, com uso de técnicas pouco complexas e intensivas de trabalho, e com pequeno número de trabalhadores, fossem remunerados e/ou membros da família. Além disso, tais estabelecimentos não eram alvo de política governamental, tinham dificuldades para obtenção de créditos e atuavam em mercados competitivos (CACCIAMALI, 1983, p. 18).

Nessa interpretação Cacciamali (1983) aponta uma dualidade entre tradicional e moderno ou protegido e desprotegido (SOARES, 2008) onde o setor tradicional, setor formal, é visto como um conjunto de atividades econômicas que utilizam tecnologias na produção, otimizando seu processo produtivo e utilizando menos mão de obra, o que gera um excesso de mão de obra ociosa no mercado de trabalho. Frente a isso, o setor moderno, ao abrigar o setor informal, apresenta como vantagem a maximização do emprego de mão de obra sem requerer capital financeiro exagerado e pressão sobre a folha de pagamento.

Observa-se que a distinção entre formal e informal está na forma de organização da produção, sendo que as atividades do setor informal são consideradas como modernas criadas pelo próprio processo de desenvolvimento econômico e seu funcionamento precário é fruto da discriminação da política governamental, que se baseia no pressuposto de que o setor deverá desaparecer à medida que o crescimento econômico se espalhe.

Essa corrente de interpretação chama a atenção para a necessidade de estudar estas formas de organização informais da produção em países economicamente atrasados para buscar pontos de apoio para políticas de emprego e renda que intentassem elevar o padrão de vida dessas populações. Diante disso, o setor informal que era delimitado pela forma de organização da produção, passou a ser definido pelos indivíduos que estão abaixo de um determinado nível de renda, ou detém características que lhe impõem baixo nível de renda, como ocupação, vínculo jurídico, tipo de estabelecimento e características do mercado de trabalho (CACCIAMALI, 1983; SOARES, 2008).

Conclui-se que segundo essa corrente, o setor informal apresenta caráter autônomo ou complementar ao restante da economia, podendo se expandir para

criar empregos e melhorar a distribuição de renda, diante da própria capacidade de acumulação, à oferta de trabalho disponível ou juntamente com o setor formal (CACCIAMALI, 1983).

Soares (2008) salienta que a informalidade é um fenômeno que pode ocorrer em países desenvolvidos e subdesenvolvidos independente do sistema econômico vigente. No entanto, é mais visível nos países periféricos em função da relação de dependência e submissão destes aos países centrais.

Na segunda corrente de pensamento descrita por Cacciamali (1983), apresenta-se a interpretação do PREALC sobre o empreendedorismo informal. Estudos da OIT para a América Latina partem da conceituação original a cerca do setor informal e o entendem como aquele que:

Agrupar todas as atividades de baixo nível de produtividade, os trabalhadores independentes (exceção feita aos profissionais liberais) e empresas muito pequenas ou não organizadas. A demanda de mão-de-obra não obedece a uma definição técnica de postos de trabalho disponíveis. De fato, o nível de emprego, ou melhor, o número de pessoas ocupadas, depende neste mercado da magnitude da força de trabalho não absorvida pelo Setor Formal, da economia e das oportunidades que têm essas pessoas de produzir ou vender alguma coisa que lhes retribua alguma renda (CACCIAMALI, 1983, p. 21).

Para a referida autora, de acordo com os Estudos da OIT para a América Latina, a atribuição da origem do Setor Informal é dada ao padrão de desenvolvimento capitalista que gerava poucos empregos e, aliado ao crescimento demográfico, criava um excedente de mão de obra que necessitava se auto empregar para sua sobrevivência e de suas famílias.

Na América Latina a rápida urbanização aumentou o fluxo de migrantes, que não eram ocupados nas atividades formais, seja pela pequena oferta de vagas de trabalho nestas atividades ou pelas habilidades não adequadas dos trabalhadores ao padrão de qualificação exigido pelo setor moderno. O mercado informal surge com o intuito de ocupar essa mão de obra excedente (CACCIAMALI, 1983).

Nesse contexto, o setor informal caracteriza-se como um conjunto de atividades pouco capitalizadas que são estruturadas em base a unidades produtivas muito pequenas, de baixo nível tecnológico e organização formal escassa ou nula (CACCIAMALI, 1983).

A partir dessa definição, estudos do PREALC afirmam que os setores formal e informal participam de um mesmo mercado, onde o segundo estaria na base da

pirâmide hierárquica da atividade econômica devido à heterogeneidade estrutural. À medida que a economia se diversifica, o espaço econômico ocupado pelo setor informal tende a se reduzir.

Soares (2008) ao referir-se a essa corrente de interpretação, destaca sua abordagem legalista, a qual procura “delimitar o fenômeno da expansão do setor informal pelo atendimento ou não das legislações fiscal, trabalhista e da previdência” (p. 90). Ou seja, para definir se a atividade é formal ou informal, nessa visão, a condição constitui-se na legalidade ou ilegalidade da atividade.

As atividades informais são classificadas em funcionais ou marginais, sendo as primeiras exercidas a níveis de produtividade permitindo ao setor informal competir com a concorrência capitalista, devendo ser estimuladas para tal. Já as segundas, tendem ao desaparecimento rápido, restando pensar em qualificar os trabalhadores, de forma a capacitá-los para outras ocupações (CACCIAMALI, 1983; SOARES, 2008).

Apesar de o setor informal não se expandir de forma permanente, não está sujeito à distinção. Sua expansão ou regressão dependem do ritmo de expansão da demanda, da escala mínima de operações, das economias de escala e dos fatores políticos. As unidades que compõem esse setor podem ser lucrativas no curto prazo. Porém, no longo prazo, tendem a perder participação no mercado (CACCIAMALI, 1983).

Esta corrente propõe a integração do setor informal à política econômica global a partir da distribuição do excedente e alocação de recursos. Ao contrário, as desigualdades tenderão a aumentar. Sugere ainda que as atividades informais sejam analisadas em função da competitividade do mercado onde estão inseridas (CACCIAMALI, 1983; SOARES, 2008).

A terceira visão apresentada por Cacciamali (1983) mostra uma abordagem subordinada, onde os setores formal e informal não podem ser encarados como uma visão dual da realidade por corresponderem a expressões de relações de produção não isoladas. Ou seja, há interdependência entre os dois setores, estando o informal subordinado ao formal. Nessa interpretação “o Setor Informal passa a ser composto por conjunto de trabalhadores por conta própria, unidades de produção em base a trabalho familiar, ajudantes e/ou trabalhadores que ocasionalmente trabalham para esses grupos” (p. 24).

O setor informal é ainda considerado como “esfera de produção subordinada ao padrão e ao processo de desenvolvimento capitalista” (CACCIAMALI, 1983, p. 24). Essa subordinação ao setor formal é evidenciada na ocupação dos espaços econômicos, no acesso as matérias-primas e equipamentos, implantação de tecnologia, acesso ao crédito, relações de troca, vínculos de subcontratação e na esfera da produção ou circulação. E pode provocar destruição e recriação das organizações informais (CACCIAMALI, 1983; SOARES, 2008).

Essa conceituação visualiza o setor informal como uma:

Forma dinâmica de produção, que não se atém à produção de mercadorias e serviços de má qualidade, que visa atender somente mercados de baixa renda e nem a utilização de técnicas tradicionais (CACCIAMALI, 1983, p. 24).

Esse setor se desenvolve e se moderniza na produção capitalista, porém não apresenta características que lhe capacite crescimento sustentado. Nessa visão, defende-se o pressuposto de que a intervenção política deve ser vista de forma global, não somente ao setor informal, mas ao processo de crescimento econômico (SOARES, 2008).

Sobre a terceira corrente de interpretação, CACCIAMALI (1983) defende o entendimento da produção informal como um conjunto de formas de organização da produção não baseado no trabalho assalariado para seu funcionamento. Esse conjunto ocupa os espaços econômicos não ocupados pelas formas de organização da produção capitalista que sofrem contínuos deslocamentos pela ação da produção informal. Essas formas de produção, em síntese, apresentam as seguintes características:

- I. O produtor direto é o possuidor dos instrumentos de trabalho e/ou de estoque de bens para realização de seu trabalho e se insere na produção sob a forma simultânea de patrão e empregado.
- II. Ele emprega a si mesmo e pode lançar mão de trabalho familiar ou de ajudantes como extensão do seu próprio trabalho; obrigatoriamente participa diretamente da produção e conjuga essa atividade como aquela de gestão.
- III. O produtor direto vende seus serviços ou mercadorias e recebe um montante de dinheiro que é utilizado, principalmente, para consumo individual e familiar e para manutenção da atividade econômica, e mesmo que o indivíduo aplique seu dinheiro com o sentido de acumular, a forma como se organiza a produção, com apoio no próprio trabalho, em geral, não lhe permite tal acumulação.
- IV. A atividade é dirigida pelo fluxo de renda que a mesma fornece ao trabalhador e não por uma taxa de retorno competitiva; é desta renda

que se retira os *salários* dos ajudantes ou empregados que possam existir.

V. Nessa forma de produzir não existe vínculo impessoal e meramente de mercado entre os que trabalham – entre estes encontra-se com frequência a mão de obra familiar.

VI. O trabalho pode ser fragmentado em tarefas, mas isso não impede ao trabalhador apreender todo o processo que origina o produto ou serviço final, processo este muitas vezes descontínuo ou intermitente, seja pelas características da atividade, pelo mercado ou em função do próprio produtor (CACCIAMALI, 1983, p. 28-29).

A partir das características citadas, a referida autora observa que praticamente não existe acumulação e/ou saltos tecnológicos quanto a atividade em andamento. Nota-se ainda que para os indivíduos que trabalham por conta própria, o fato de estes possuírem a propriedade dos instrumentos de trabalho, o conhecimento e o controle do processo de trabalho, a habilidade para a realização e a apropriação do produto confere-lhes um domínio maior sobre o desenvolvimento do trabalho, se comparado aos trabalhadores assalariados do setor formal no que se refere aos seus postos de trabalho.

Segundo análise de Cacciamali (1983) e Soares (2008) a medida que o mercado se amplia e que o fator tecnológico movimenta a produtividade, permitindo a exploração dos mercados de bases capitalistas, a produção informal se desloca de um setor para outro, de acordo com as necessidades do cenário econômico, e faz com que algumas atividades informais tenham seus níveis de produção alargados ou reduzidos, podendo até deixar de existir para que outras atividades, também informais, sejam criadas, fazendo com que o setor informal jamais deixe de existir.

Diante disso, Cacciamali (1983) afirma que: “o setor informal tem de ser analisado em função do nível de desenvolvimento alcançado e do vigor do padrão, do ritmo de expansão e reprodução capitalista” (p. 30).

Para Soares (2008) essa visão apresenta maior coerência ao comparar as três visões apresentadas com a realidade. Visto que nessa corrente foi identificado que a informalidade não seria algo passageiro como apontaram as outras interpretações ao afirmarem a necessidade de políticas públicas para esse setor para que ele deixasse de existir. Nessa corrente concluiu-se que a expansão do trabalho informal não se dava pela sua subordinação ao capitalismo, mas sendo parte dele e inseridas na produção moderna e por fim constatou-se a funcionalidade da informalidade, como algo positivo.

Após apresentar as correntes de interpretação e a modificação do entendimento da informalidade, serão apresentadas definições utilizadas em estudos sobre o setor informal no âmbito nacional.

No estudo intitulado Economia Informal Urbana, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2006) realizou uma pesquisa em âmbito nacional, por amostra de domicílios situados na área urbana, visando captar o papel e a dimensão do setor informal na economia brasileira, como forma de identificar os proprietários de negócios informais que atuam em pelo menos uma atividade de trabalho nos domicílios onde residem e a partir deles investigar características de funcionamento das unidades produtivas.

A referida pesquisa foi planejada com a finalidade de produzir informações para o estudo e planejamento do desenvolvimento socioeconômico do Brasil.

Nesse sentido e partindo do pressuposto de que a composição, a natureza e a magnitude do setor informal variam em diferentes regiões e países de acordo com o nível de desenvolvimento e a estrutura das suas economias, o IBGE (2006) adotou em seu estudo uma definição de setor informal baseando-se nas recomendações da 15ª Conferência de Estatísticos do Trabalho, promovida pela OIT em 1993, que considera que:

- Para delimitar o âmbito do setor informal, o ponto de partida é a unidade de produção econômica – entendida como unidade de produção – e não o trabalhador individual ou a ocupação por ele exercida;
- Fazem parte do setor informal as unidades econômicas não-agrícolas que produzem bens e serviços com o principal objetivo de gerar emprego e rendimento para as pessoas envolvidas, sendo excluídas aquelas unidades engajadas apenas na produção de bens e serviços para autoconsumo;
- As unidades do setor informal caracterizam-se pela produção em pequena escala, baixo nível de organização e pela quase inexistência de separação entre capital e trabalho, enquanto fatores de produção;
- A ausência de registros, embora útil para propósitos analíticos, não serve de critério para a definição do informal na medida em que o substrato da informalidade se refere ao modo de organização e funcionamento da unidade econômica, e não ao seu *status* legal ou às relações que mantêm com as autoridades públicas. Havendo vários tipos de registro, esse critério não apresenta uma clara base conceitual; não se presta à comparações histórica e internacional e pode levantar resistência junto aos informantes; e
- A definição de uma unidade econômica como informal não depende do local onde é desenvolvida a atividade produtiva, da utilização de ativos fixos, da duração das atividades das empresas (permanente, sazonal ou ocasional) e do fato de tratar-se da atividade principal ou secundária do proprietário da empresa. (IBGE, 2006, p. 12).

Assim, o IBGE (2006) definiu que pertencem ao setor informal:

Todas as unidades econômicas que desenvolvem atividades não-agrícolas, de propriedade de trabalhadores por conta própria e de empregadores com até 5 empregados, moradores de áreas urbanas, sejam elas a atividade principal de seus proprietários ou atividades secundárias (IBGE, 2006, p. 12).

Considerando que o IBGE (2006) adota como elemento de classificação o modo de organização e funcionamento da unidade econômica e leva em conta a produção em pequena escala e o baixo nível de produção onde a legalidade ou existência de registros não são consideradas como critério para definir se é informal, pode-se considerar que a definição adotada está situada dentro da terceira corrente de interpretação sobre a informalidade anteriormente apresentada com base em Cacciamali (1983) e Soares (2008).

Outra conceituação utilizada foi a de Silva (1999), que em seu estudo “A face informal dos serviços: o caso do comércio ambulante no Rio de Janeiro” as interpretações sobre informalidade são complementares, pois cada uma apresenta traços reais da informalidade atual. Com isso, tal autor destaca a dificuldade de construir uma conceituação precisa de informalidade devido à heterogeneidade desse setor. Diante disso, o referido autor sugere analisar a interação entre a Economia Informal nas suas diversas abordagens e o setor que vem demonstrando crescimento mais expressivo em termos de postos de trabalho, não apenas no Brasil, mas em todo mundo: o Setor de Serviços. Cabe entender essa interação mais especificamente do ponto de vista empregatício, destacando-se então o comércio ambulante.

Cruz (2014, p.5) considera a informalidade como um “meio que alguns indivíduos criaram para garantir sua renda mensal”, mas ressalta que vista isoladamente, a informalidade é um conceito insuficiente para explicar a dinâmica do mercado de trabalho brasileiro contemporâneo. A referida autora pondera ainda que a informalidade apresenta definições variadas, pois muitos empreendedores utilizam-se da informalidade por necessidade ou até mesmo por oportunidade, devido a visão de criar seu próprio negócio, ou seja, se tornar um empreendedor. Observa-se diante disso a necessidade de classificar os empreendedores informais por necessidade ou oportunidade, assim como no empreendedorismo dito como tradicional (formal).

A visão de Cruz (2014) pode ser ilustrada a partir da pesquisa de Potrich e Ruppenthal (2013) que estudaram os vendedores ambulantes do *Shopping Independência* em Santa Maria – RS. Se por um lado 27,8% dos entrevistados afirmaram que a iniciativa empreendedora informal se deu devido à falta de outras oportunidades de emprego, por outro, 26,6% afirmaram empreender informalmente por vontade de ter o próprio negócio.

Para Noronha (2003), a informalidade depende de redes sociais. Sem elos comunitários, não seriam possíveis contratos informais. Um bom indício de que mecanismos sociais são requeridos para selar contratos informais, pode ser encontrado em muitas cidades do mundo, onde há o controle de um grupo étnico sobre determinadas atividades informais.

O empreendedorismo informal é apontado por Cruz (2014), por um lado, como algo prejudicial, visto que os usuários do mercado informal não contribuem com a receita tributária do país, acarretando em prejuízos aos cofres públicos. Tal ação, segundo a referida autora, desencadeia uma série de problemas afetando diretamente a população do país que seria beneficiada com a arrecadação de impostos pagos pela economia formal do país. Assim, o governo é forçado a aumentar os impostos, que serão pagos pelos empreendedores formais, além do que, o aumento de impostos gera aumento de custos e conseqüentemente de produtos e serviços, que servirá como empecilho para abertura de novos empreendimentos. Por outro lado, o empreendedorismo informal é apontado pela referida autora como um elemento de geração de novos empreendedores.

É notável que autores contemporâneos venham se dedicando a pesquisar o empreendedorismo informal por diferentes perspectivas. Silva (2008) em seu estudo buscou captar de que modo o discurso em favor do empreendedorismo e da inclusão social impactaram a questão da informalidade e a concepção das políticas de enfrentamento da pobreza e da geração de trabalho e renda.

Já Gomes, Freitas e Capelo Junior (2005) ao se dedicarem a um estudo onde buscaram avaliar as condições para o desenvolvimento de novos negócios no setor informal, obtiveram resultados que apontam a necessidade de novos investimentos que visem apoiar e incentivar essas atividades, pois embora o estudo tenha identificado que os empreendedores apresentem características inerentes ao perfil empreendedor, os recursos disponíveis, o ambiente que os circunda e as atividades organizacionais não são desenvolvidos.

Em outro estudo, Lacerda e Teixeira (2013) a partir de uma pesquisa que objetivou identificar que vantagens motivam os empreendedores individuais a se formalizarem com a adoção da Lei 128/08, obtiveram os seguintes resultados: possuir CNPJ, alvarás e registros, poder atuar em ponto comercial, ter cobertura dos benefícios previdenciários, redução tributária e poder contratar um funcionário.

Identifica-se que alguns estudos sobre empreendedorismo informal não levam em consideração a separação dos empreendimentos informais por necessidade e por oportunidade, como apontados por Cruz (2014) e generalizam tais empreendimentos, utilizando-se de uma abordagem única, que pode se enquadrar para um empreendimento informal por oportunidade, mas não para um empreendimento informal por necessidade, ou vice versa.

Cita-se como exemplo a formalização abordada no estudo de Lacerda e Teixeira (2013), que para um empreendedor informal por oportunidade pode oferecer muitas vantagens, porém para o empreendedor informal por necessidade, pode não apresentar vantagens por se tratar de uma atividade onde, possivelmente, o empreendedor busca um retorno imediato de recursos financeiros para sua subsistência até conseguir uma ocupação no mercado formal de trabalho, ou seja, este encara o empreendedorismo informal como algo temporário, não tendo a pretensão de expandir seu empreendimento nem mesmo continuar desenvolvendo as atividades de maneira definitiva.

Nesse estudo optou-se por analisar a interação da informalidade, relativa à atividade comercial dos vendedores ambulantes no âmbito do turismo, uma das principais atividades econômicas do Município de Pontal do Paraná.

Para alcançar esse intuito faz-se necessária uma análise do fenômeno do empreendedorismo informal, relativo à atividade comercial turística dos vendedores ambulantes, buscando analisar as formas de organização dessa atividade comercial, identificar características de perfil socioeconômico e empreendedor dos vendedores ambulantes, bem como analisar aspectos do processo de criação desses empreendimentos informais.

### 3 MATERIAL E MÉTODOS

Esse capítulo está dividido em duas seções. A primeira seção refere-se ao Município de Pontal do Paraná, área de estudo dessa pesquisa, onde serão apresentados os aspectos históricos, geográficos e socioeconômicos do município e a oferta e a demanda turística, informações relevantes para o entendimento da ocorrência do fenômeno do empreendedorismo informal nessa localidade.

A segunda seção, composta pela metodologia e os procedimentos utilizados na pesquisa, apresenta os passos adotados para realização desse estudo, bem como expõem os motivos que levaram a adotar cada um dos procedimentos: abordagem, método de pesquisa, estratégia de investigação, amostragem e instrumentos de coletas de dados.

#### 3.1 ÁREA DE ESTUDO: MUNICÍPIO DE PONTAL DO PARANÁ

Essa seção busca propiciar o entendimento de como os aspectos históricos, geográficos e socioeconômicos, assim como a oferta e a demanda turística do município em estudo são determinantes para a ocorrência do fenômeno do empreendedorismo informal na localidade.

##### 3.1.1 Aspectos históricos, geográficos e socioeconômicos

Localizado integralmente na planície costeira de Praia de Leste, na microrregião do Litoral do estado do Paraná, o município de Pontal do Paraná (FIGURA 6), juntamente com mais seis municípios (Antonina, Guaraqueçaba, Guaratuba, Matinhos, Morretes e Paranaguá) formam a Região Turística do Litoral do Paraná (SAMPAIO, 2006b). (FIGURA 7).

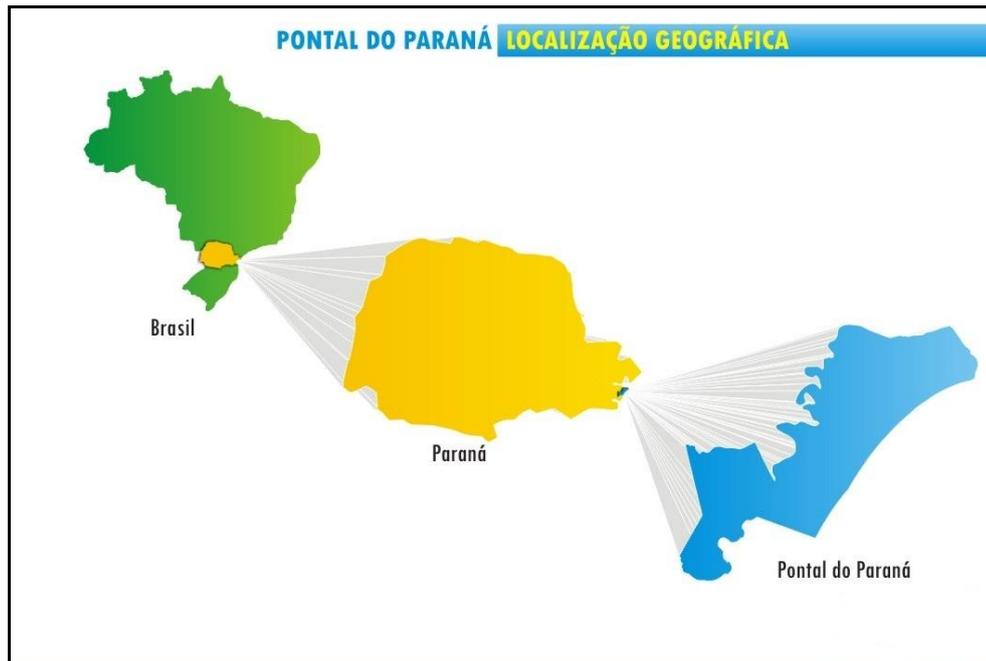


FIGURA 6 - LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA DO MUNICÍPIO DE PONTAL DO PARANÁ  
 FONTE: SECRETARIA MUNICIPAL DA EDUCAÇÃO (SMED, 2015 adaptado pela Autora, 2015).



FIGURA 7 - REGIÃO TURÍSTICA DO LITORAL DO PARANÁ  
 FONTE: SECRETARIA MUNICIPAL DA EDUCAÇÃO (SMED, 2015 adaptado pela Autora, 2015).

Pontal do Paraná faz divisa com o município de Paranaguá, a oeste e Matinhos ao sul. É margeado pelo Oceano Atlântico a leste e pela baía de Paranaguá ao norte (SAMPAIO, 2006b).

Da capital do Estado do Paraná, Curitiba, até Praia de Leste, ponto da orla oceânica de Pontal do Paraná mais próximo da capital, há uma distância rodoviária

de aproximadamente 100 km (DER<sup>19</sup>, 2005 *in* SAMPAIO, 2006b). O principal acesso rodoviário a Pontal do Paraná e aos municípios da região litorânea do Estado do Paraná é a Rodovia Federal BR 277, considerada o eixo central que leva ao município de Pontal do Paraná a partir da ligação com a PR 407, que liga Paranaguá a Praia de Leste, e a PR 412, que liga Praia de Leste a Pontal do Sul (PDTIS-LP, 2010).

A história política de Pontal do Paraná teve importantes fatos por volta de 1983, a partir de tentativas de emancipação, que apesar de não terem sido bem sucedidas, despertaram na população o desejo da criação de um novo município. Em 1995, aconteceu aprovação popular, através de plebiscito, o que resultou na lei estadual nº 8915 de 20/12/1995 que elevou Pontal do Paraná à categoria de Município. Em 01/01/1997, Pontal do Paraná desmembrou-se de Paranaguá (IBGE, 2015), tornando-se o mais jovem dos municípios do Litoral do Paraná (PIERRI, 2003; PIERRI *et al*, 2006).

Conforme o Plano Diretor de Pontal do Paraná, o território do município foi subdividido em sete bairros (QUADRO 5), conhecidos como balneários, a fim de facilitar a identificação por parte da população e turistas.

BAIRRO	ÁREA QUE ABRANGE
Praia de Leste	Compreendendo os loteamentos Monções, Iracemã, Beltrami, Jardim Canadá, Santa Mônica, Recanto do Uirapuru, Praia de Leste, Guarujá, Condomínios e Residências, Vila Jacarandá, Las Vegas, Miramar, Mirassol, São Carlos, Irapuan, Patrick II, São José, Luciane, Praia Bela, Majoraine, Miami e Ipê.
Santa Terezinha	Compreendendo os loteamentos Canoas, Atlântica, Itapoã, Primavera, Porto Fino e Guarapari e a área do Moitinha.
Praia de Ipanema	Compreendendo os loteamentos Ipanema, Leblon, Andaraí, Grajaú, Carmery.
Praia de Shangri-lá	Compreendendo os loteamentos Shangri-lá e Chácara Dois Rios.
Praia de Atami	Compreendendo os loteamentos de Marisa e Atami.
Praia de Pontal do Sul	Compreendendo os loteamentos de Pontal do Sul e Ponta do Poço.
Bairro do Porto	Compreendendo a região do porto.

QUADRO 5 - BAIRROS DE PONTAL DO PARANÁ

FONTE: PDTIS-LP (2010) adaptado pela Autora (2015).

<sup>19</sup> DER – Departamento de Estradas de Rodagem do Estado do Paraná. **Mapa Político Rodoviário do Estado do Paraná**. 2005.

A localização de cada um dos sete bairros de Pontal do Paraná pode ser observada na FIGURA 8.

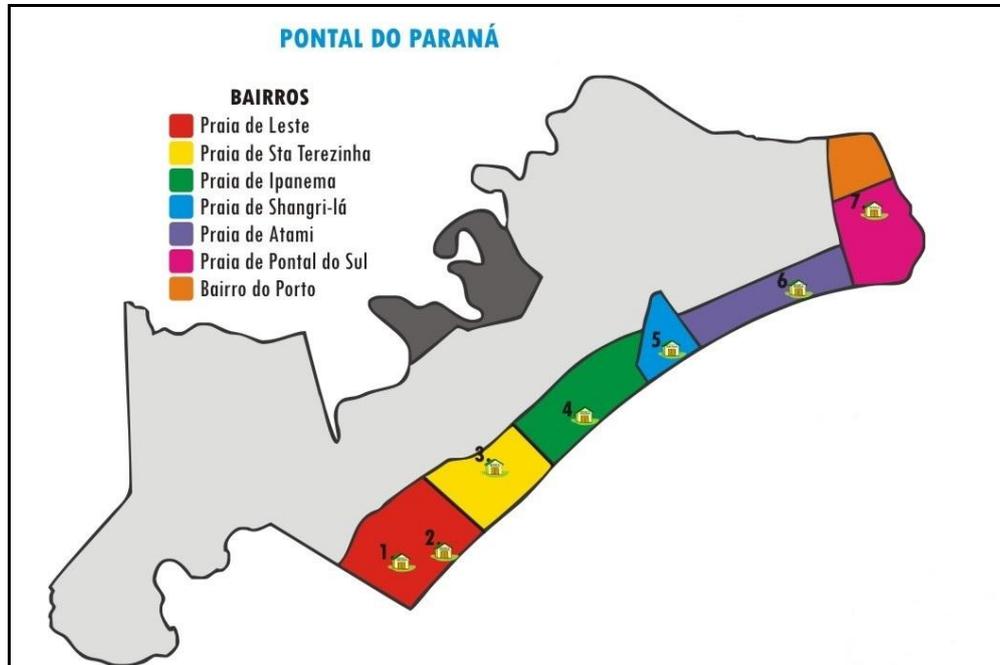


FIGURA 8 - LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA DOS BAIRROS DE PONTAL DO PARANÁ  
 FONTE: SECRETARIA MUNICIPAL DA EDUCAÇÃO (SMED, 2015 adaptado pela Autora, 2015).

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015), Pontal do Paraná possui uma área de 199,847 km<sup>2</sup> e população estimada de 24.352 habitantes.

A economia do município é baseada em atividades relacionadas ao turismo, que emprega boa parte da população fixa e atrai pessoas de fora do município, vindas até mesmo de outros estados do Brasil, durante o período de temporada de veraneio, que compreende os meses de dezembro a fevereiro.

No período considerado como baixa temporada, dos meses de março a novembro, a economia caracteriza-se pela pesca e dinamiza-se esporadicamente com a realização de pequenos e médios eventos. A atividade industrial no município acontece no Balneário de Pontal do Sul, onde está instalada uma unidade de uma companhia que fabrica plataformas para exploração de petróleo e emprega parte da população local, de acordo com a demanda de trabalho existente (IPARDES/BDE, 2011).

Conforme as Estatísticas do Cadastro Central de Empresas do IBGE (2015), em Pontal do Paraná há um total de 1.164 unidades de empresas locais, das quais

1.106 estão atuantes. O pessoal ocupado total do município é de 5.110 pessoas, com 3.679 pessoas assalariadas e o salário médio mensal no município é de 3,2 salários mínimos.

De acordo com os dados do censo demográfico de 2010 do IBGE, onde foram recenseados 27.336 domicílios, 20.165 são domicílios particulares não ocupados, sendo que destes, 17.695 são de uso ocasional, ou seja, constituem-se em domicílios de segunda residência.

### 3.1.2 Demanda turística no contexto do litoral paranaense

Com o início da implementação do Programa de Regionalização do Turismo no Estado do Paraná, em 2003, que seguiu as diretrizes do Programa de Regionalização “Roteiros do Brasil” e os critérios da divisão administrativa estadual, mediante ações de planejamento participativo, foram definidas nove regiões turísticas, sendo uma delas o Litoral do Paraná, composto por sete municípios: Antonina, Guaraqueçaba, Guaratuba, Matinhos, Morretes, Paranaguá e Pontal do Paraná (PDTIS-LP).

Em 2008, o Programa de Regionalização do Turismo estabeleceu mais uma região turística no Estado do Paraná, passando a dez regiões e em 2013 foram estabelecidas mais quatro regiões, passando a quatorze (SECRETARIA do Esporte e do Turismo, 2015). A inclusão de novas regiões não impactou alterações nos municípios que compõem a Região Turística do Litoral do Paraná (PDTIS-LP).

Segundo o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Litoral Paranaense (PDTIS-LP) é possível organizar os municípios do Litoral do Paraná em dois grupos, conforme as características de visita dos turistas.

O primeiro grupo, composto pelos municípios praianos: Guaratuba, Matinhos e Pontal do Paraná, constitui um destino onde seus visitantes permanecem por mais tempo, mas gastam menos diariamente, em relação aos outros municípios do litoral do Paraná. Esse grupo é composto por visitantes que preferem ficar em casa própria e em sua grande maioria, viajam com a família.

O segundo grupo é composto pelos municípios de Guaraqueçaba, Morretes e Paranaguá e representam os locais onde os turistas permanecem por menos

tempo, gastam mais diariamente, preferem como hospedagem hotéis e pousadas ou utilizam *campings* e geralmente viajam sozinhos. O município de Antonina foi interpretado no referido plano como posicionado na linha de transição entre os dois perfis de visitantes.

A distinção identificada nos dois grupos de municípios implica no nível de fidelidade de retorno dos turistas ao litoral. Observa-se que os municípios de Matinhos, Guaratuba e Pontal do Paraná, que compreendem o primeiro grupo, são destinos em que os visitantes retornam mais de uma vez ao ano. Já com relação aos municípios de Guaraqueçaba, Morretes e Paranaguá, segundo grupo, o nível de fidelidade apresentado pelos turistas é menor e esses destinos atraem mais turistas que visitam o destino pela primeira vez (PDTIS-LP).

No primeiro grupo pode ser observado que seus visitantes apresentam costumes menos aventureiros e que tendem a preservar seu ambiente doméstico, possuindo casa no litoral do Paraná. Por outro lado, no segundo grupo, estão visitantes aventureiros que buscam contato direto com a natureza e a cultura local, afastando-se do ambiente doméstico e familiar.

A partir da identificação dessas características, é possível compreender porque as motivações mais apresentadas pelos turistas do litoral do Paraná são o contato com o sol, a praia e a natureza e de que forma esses fatores constituem-se nos atrativos mais valorizados e visitados da Região Turística do Litoral do Paraná.

A Secretaria de Estado do Turismo (SETU, 2008) a partir do Estudo da Demanda Turística do Litoral do Paraná obteve dados sobre a demanda turística nos municípios do Litoral do Paraná no período de 2000 a 2006 com a realização de entrevistas com os visitantes. Destaca-se inicialmente que dados atualizados não foram encontrados, porém tais dados são essenciais para a compreensão do perfil do visitante do Município de Pontal do Paraná, que de acordo com esse estudo se assemelha ao perfil dos visitantes do litoral do Paraná.

De acordo com o referido estudo acima de 60% dos visitantes de Pontal do Paraná eram procedentes de Curitiba. Os turistas vindos de outras cidades representaram mais de 20% de 2000 a 2004, decrescendo nos anos seguintes e chegando a 16,3% em 2006.

O meio de transporte mais utilizado foi o ônibus de 2002 a 2004 e o automóvel nos demais anos. O tipo de hospedagem mais utilizado foi a casa própria, seguida pela hospedagem em casa de parentes e amigos que ultrapassou o meio de

hospedagem casa própria em 2004. O terceiro tipo de hospedagem mais utilizado nesse município é casa ou apartamento alugado.

Quanto ao modo de viajar, o estudo apontou que em 2000, 83,1% dos entrevistados viajavam com a família. Esse número caiu para 57,5% em 2004, subiu para 67,2% em 2005 e foi registrado em 63,6% no ano de 2006.

Conforme o estudo, 90% dos entrevistados informaram que não era a primeira vez que visitavam o município. Os visitantes apresentaram idades entre 34,3 anos em 2004 e 39,4 anos em 2006.

O gasto médio diário dos visitantes de Pontal do Paraná foi entre US\$9 e US\$12 de 2000 a 2005 e aumentou em 2006 para US\$16. A permanência média no município foi de aproximadamente 8,5 dias.

Com relação aos itens de infraestrutura avaliados (artesanato, comércio urbano, comércio na rodovia, entretenimento/lazer, informação turística, infraestrutura de acesso, limpeza pública, restaurantes, saneamento básico, segurança pública, serviço de hospedagem, serviço de saúde, serviço telefônico, sinalização turística, transporte coletivo e vida noturna), esses apresentaram variações durante o período, crescendo e decrescendo. De acordo com o estudo, a infraestrutura de acesso merece destaque, pois passou de 39,5% em 2002 para 80,2% em 2006.

### 3.1.3 A oferta turística

A sazonalidade no Litoral do Paraná pode ser explicada, sob a ótica da demanda, pela época em que os turistas estão dispostos a viajar, que consiste principalmente no final do ano e período de férias e feriados. Já sob a ótica da oferta, a sazonalidade relaciona-se aos tipos de atrativos ofertados no litoral, que em sua maioria, são aqueles ligados ao sol e praia, mais procurados também no período de verão (PDTIS-LP).

Com relação às condições institucionais da Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná para o turismo no município, a análise da estrutura administrativa limita-se à Secretaria de Turismo, Cultura, Indústria e Desenvolvimento Econômico. Pode-se entender que o município não possui gestão estruturada da atividade turística.

Conforme o PDTIS-LP (2010), o município de Pontal do Paraná participa de um Fórum Regional dos Secretários e Dirigentes Municipais de Turismo e possui Plano Municipal de Turismo, elaborado pela Associação dos Municípios do Litoral do Paraná (AMLIPA).

A oferta turística de Pontal do Paraná envolve os atrativos, os equipamentos e serviços turísticos.

O município de Pontal do Paraná apresenta atrativos naturais e culturais, atrações técnicas, científicas ou artísticas, bem como eventos permanentes. Dentre os atrativos naturais destacam-se os balneários de Praia de Leste, Santa Terezinha, Shangri-lá, Ipanema e Pontal do Sul e a Floresta Estadual do Palmito.

Dentre os atrativos naturais citados, Pontal do Paraná se destaca principalmente pelo Balneário de Pontal do Sul, com praias de areias claras e finas, que recebe águas da Baía de Paranaguá, onde estão instaladas marinas e o terminal de barcos que levam à Ilha do Mel.

Os atrativos culturais são representados pela Estrada Ecológica do Guaraguaçu e pelo Sambaqui do Guaraguaçu. A Festa do Caranguejo é o evento permanente do Município. As atrações técnicas, científicas e artísticas são representadas pelo Arquipélago de Currais e pelo Centro de Estudos do Mar da Universidade Federal do Paraná - UFPR (PDTIS-LP, 2010).

Observa-se que dentre os atrativos do município de Pontal do Paraná são destacados os balneários, que apresentam características geográficas muito parecidas entre si. Essa similaridade e a homogeneidade natural se refletem em pouca diversidade de atrações para novos visitantes.

Com relação aos equipamentos e serviços turísticos, o município de Pontal do Paraná apresenta um total de 39, sendo: 22 meios de hospedagem, 12 serviços de alimentação, 3 comércios turísticos (venda de artesanatos) e 2 Postos de informações. O município não possui nenhuma agência turística.

Conforme o PDTIS-LP (2010), com relação aos meios de hospedagem de Pontal do Paraná, similar aos dos demais municípios do litoral do Paraná, a taxa de ocupação das unidades habitacionais ficou com média de 20% entre 2002 a 2006, sendo considerada como baixa. O valor médio cobrado por mais de 50% dos estabelecimentos é de R\$ 100, não sendo identificado uma prática de diferenciação de tarifas para o período de baixa temporada. Foi evidenciada baixa qualificação do setor para atendimento aos visitantes, sendo que mais de 60% dos

estabelecimentos não exigem experiência e conhecimento técnico na contratação de funcionários. Por fim evidenciou-se que há uma baixa diversificação dos serviços ofertados nos empreendimentos.

Com relação ao serviço de alimentação, em Pontal do Paraná, assim como nos demais municípios do litoral do Paraná, os preços praticados em 50% dos estabelecimentos concentram-se na faixa entre R\$10 e R\$ 25 por pessoa. Em 40% dos estabelecimentos preço encontra-se entre R\$26 e R\$50 e no restante, acima de R\$ 50 por pessoa. Quase a totalidade dos serviços de alimentação enquadram-se nas categorias simples ou média, sendo que somente 5% pertencem à categoria luxo. Quanto à caracterização dos serviços, 58,7% dos serviços mais praticados são refeições à *la carte* e 36,3% *self service*, tendo como principais especialidades os frutos do mar (57%) e cozinha caseira (59,8%). A cozinha internacional (11,2%) é praticada pelos restaurantes da categoria luxo.

O lazer e o comércio turístico em Pontal do Paraná e nos demais municípios litorâneos, consistindo no setor de entretenimento, atende tanto aos turistas quanto aos moradores, tendo suas principais atividades de lazer concentradas no período de alta temporada de verão e inseridas no projeto estadual “Viva o Verão”. Tal projeto busca reforçar a segurança, informação e fiscalização e promover atividades de lazer em locais de maior movimentação de pessoas.

Referente aos Pontos de Informações Turísticas, o município de Pontal do Paraná conta com uma unidade. Seu horário de funcionamento acontece em horário comercial no período de temporada. No período fora de temporada seu horário de funcionamento torna-se incerto.

Segundo a pesquisa realizada pelo PDTIS-LP (2010) no litoral paranaense foi evidenciada uma carência de profissionais com formação específica na área de turismo, ou seja, de mão de obra qualificada para atender os turistas nos equipamentos mencionados. Há alguns cursos na área de turismo que são ofertados por instituições públicas e privadas nos municípios do litoral do Paraná, mas nenhum deles em Pontal do Paraná.

Outra dificuldade encontrada na referida pesquisa é a baixa capacidade de investimento dos empresários devido, principalmente, à predominância de empresas de pequeno porte de gestão familiar, onde segundo o IPARDES (2008) em 2005 de um total de 2186 estabelecimentos comerciais vinculados ao turismo no litoral do Paraná, 97% eram microempresas.

### 3.2 METODOLOGIA E PROCEDIMENTOS

Nesta seção serão apresentados a metodologia e os procedimentos selecionados para realização desta pesquisa.

Esta pesquisa tem sua estrutura, procedimentos e abordagens planejados com base em Creswell (2010) e Yin (2010). Para Creswell (2010) a decisão geral na escolha do tipo de metodologia baseia-se na natureza do problema ou na questão de pesquisa tratada, nas experiências pessoais dos pesquisadores e no público para qual o estudo se dirige.

O planejamento de uma pesquisa deve envolver os seguintes elementos: escolha da abordagem a ser utilizada (qualitativa, quantitativa ou mista), definição da estratégia de investigação de acordo com a abordagem escolhida, seleção do método de pesquisa de acordo com a abordagem e com a estratégia de investigação escolhidas, escolha dos instrumentos de coleta de dados mais adequados de acordo com os objetivos do estudo e com os passos citados e quando for o caso, definir uma amostragem de pesquisados (CRESWELL, 2010).

Em atenção às orientações de Creswell (2010) os elementos e suas respectivas escolhas para consecução desta pesquisa estão apresentados na TABELA 1.

TABELA 1 - ELEMENTOS ESCOLHIDOS PARA ESTA PESQUISA

<b>Elemento</b>	<b>Escolha para pesquisa</b>
Abordagem	Qualitativa e Quantitativa
Método de Pesquisa	Estudo de Caso
Estratégias de investigação – Fontes de evidências	Documentação, Entrevistas e Questionários
Instrumentos de Coleta de Dados	Questionários estruturados e roteiro semi-estruturado
Amostragem	Não probabilística

FONTE: Elaborado pela Autora (2015).

Cada um dos elementos apresentados na TABELA 1 será mais bem explicado em uma seção específica, na sequência em que são apresentados na referida tabela. Suas características e as justificativas pela escolha de cada elemento também serão expostas.

### 3.2.1 Abordagem Qualitativa e Quantitativa

As pesquisas desenvolvidas nas diversas áreas do conhecimento necessitam de regras e processos que delimitem o objeto de estudo no espaço e no tempo, ou seja, um método científico (MASSUKADO, 2008).

Contudo, o método científico pode variar de acordo com o enfoque ao qual o pesquisador objetiva estudar um fato, sendo diretamente dependente aos resultados que se deseja obter (MASSUKADO, 2008; CRESWELL, 2010).

Um elemento primário a ser definido na elaboração de um planejamento de pesquisa é a abordagem da pesquisa, a qual pode ser qualitativa, quantitativa ou mista. As abordagens qualitativa e quantitativa foram escolhidas para esta pesquisa. A primeira é estruturada em termos do uso de palavras ou do uso de questões abertas e caracteriza-se como “um meio para explorar e para entender o significado que os indivíduos ou os grupos atribuem a um problema social ou humano” (CRESWELL, 2010, p. 26).

Já a segunda é estruturada pelo uso de números ou de questões fechadas e é considerada “um meio para testar teorias objetivas, examinando a relação entre as variáveis”. (CRESWELL, 2010, p. 26). Tais abordagens, quando utilizadas juntas em uma mesma pesquisa, podem ser complementares, onde cada uma irá ajudar o pesquisador à sua maneira a cumprir a tarefa de extrair significações essenciais do estudo. (LAVILLE E DIONE, 1999).

Massukado (2008) elenca características (TABELA 2) da pesquisa qualitativa:

TABELA 2 - CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA QUALITATIVA

<b>Autor</b>	<b>Características</b>
Bryman <sup>20</sup> (1984)	Compromisso em ver o mundo social do ponto de vista do ator
Denzin e Lincoln <sup>21</sup> (2006)	Ênfase sobre as qualidades das entidades e sobre processos e os significados
Cassell e Simon <sup>22</sup> (1994)	Permite que o pesquisador, com o avanço de sua pesquisa, altere a natureza de sua intervenção em resposta à natureza mutante do contexto
Wolcott <sup>23</sup> (1975) <i>apud</i> Borman et al <sup>24</sup> (1986)	O pesquisador é notadamente o instrumento de pesquisa.
Patton <sup>25</sup> (2002)	Os dados tipicamente eclodem durante a ida a campo
Silverman <sup>26</sup> (2000)	Os métodos utilizados exemplificam a crença de que eles podem sustentar um entendimento mais profundo do fenômeno social que os métodos quantitativos
Creswell <sup>27</sup> (2003)	É fundamentalmente interpretativo o que permite que o pesquisador conduza a interpretação dos dados
Miles e Huberman <sup>28</sup> (1994)	A narrativa não possui formatos fixos, deve combinar elegância teórica com uma descrição credível do objeto
Patton (2002)	A confiabilidade recai sobre a competência, habilidade e o rigor do pesquisador
Creswell (2003)	A validade é utilizada para sugerir estabelecendo se as descobertas estão em conformidade com o ponto de vista do pesquisador, do participante ou dos leitores

FONTE: MASSUKADO (2008).

A opção por adotar a abordagem qualitativa se baseia em Godoy (1995) que menciona que na escolha da abordagem deve-se levar em conta a possibilidade de responder a questão de pesquisa. Além disso, quando se utilizam dados com o objetivo de ilustrar e discutir um fenômeno, não acontecendo análises estatísticas, a pesquisa se classifica como qualitativa.

Algumas características da pesquisa quantitativa são apontadas por TANAKA e MELO (2001): é objetiva por buscar descrever significados não considerados como inerentes aos objetos; permite uma abordagem focalizada e pontual; sua coleta de dados é realizada através da obtenção de respostas

<sup>20</sup> BRYMAN, A. The debate between quantitative and qualitative research: a question of method or epistemology? **The British Journal of Sociology**. Mar 1984, 35, 1, p. 75-92.

<sup>21</sup> DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (org) **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

<sup>22</sup> CASSELL, C.; SYMON, G. **Qualitative methods in organizational research: a practical guide**. London: Sage Publications, 1994.

<sup>23</sup> WOLCOTT, H. F. **Transforming qualitative data: Description, analysis, and interpretation**. Thousand Oaks, CA: Sage, 1994.

<sup>24</sup> BORMAN, K. M.; LeCOMPTE, M. D; GOETZ, J. P. Ethnographic and qualitative research design and why it doesn't work. **The American Behavioral Scientist**. Sep/Oct 1986, 30, 1, p. 42-57.

<sup>25</sup> PATTON, M. Q. **Qualitative research and evaluation methods**. California: Sage, 2002.

<sup>26</sup> SILVERMAN, D. **Doing qualitative research: a practical handbook**. London: Sage, 2000.

<sup>27</sup> CRESWELL, J. W. **Research design: qualitative, quantitative and mixed method approaches**. Thousand Oaks, California: Sage, 2003.

<sup>28</sup> MILES, M.B.; HUBERMAN, A. M. **Qualitative data analysis: an expanded sourcebook** California: Sage, 1994.

estruturadas; e apresenta resultados generalizáveis. Segundo os referidos autores, o uso da abordagem quantitativa é indicada para avaliar resultados que podem ser contados e expressos em números, taxas ou proporções e apresenta como vantagens: a possibilidade de análise direta, o fato de ter força demonstrativa e a possibilidade de generalização.

O uso da abordagem qualitativa compensa as fragilidades da abordagem quantitativa, e o contrário também é verdadeiro, pois proporciona ao pesquisador usar tipos variados de coleta de dados, tanto qualitativos quanto quantitativos. Assim, a combinação das abordagens qualitativas e quantitativas propicia mais evidências para um estudo do que tais abordagens, quando usadas isoladamente. (CRESWELL, 2013).

Quanto aos objetivos a pesquisa se apresenta como exploratória, visto que possui a pretensão de abordar um tema não totalmente dominado pelo pesquisador, com a finalidade de aprofundar conhecimentos. (GIL, 2002).

Posterior à definição da abordagem que se irá utilizar, o elemento seguinte a ser definido no planejamento de uma pesquisa é o método de pesquisa.

### 3.2.2 Estudo de caso como método de pesquisa

Os métodos de pesquisa se referem aos tipos de projetos ou modelos de métodos sejam eles quantitativos, qualitativos ou mistos que propiciam um direcionamento específico aos procedimentos a serem seguidos em um projeto de pesquisa (CRESWELL, 2010).

Considerando que este estudo tem como objetivo geral “analisar o empreendedorismo informal relativo à atividade comercial turística dos vendedores ambulantes do município balneário de Pontal do Paraná – PR – Brasil”, adota-se como método de pesquisa o estudo de caso, que segundo Creswell (2010), é um método de pesquisa em que “o pesquisador explora profundamente um programa, um evento, uma atividade, um processo ou um ou mais indivíduos” (p. 38).

Segundo Laville e Dionne (1999, p. 155) a denominação de estudo de caso, “refere-se evidentemente ao estudo de um caso, talvez o de uma pessoa, mas também o de um grupo, de uma comunidade, de um meio, ou então fará referência a

um acontecimento especial, uma mudança política, um conflito...”. O caso investigado nesse estudo é a atividade comercial turística dos vendedores ambulantes do município de Pontal do Paraná.

Para Eisenhardt (1989, p. 534) o estudo de caso “foca no entendimento da dinâmica presente em um determinado local”.

O estudo de caso é uma das formas possíveis de ser utilizado para realização de pesquisa de ciência social. É usado em muitas situações, enquanto método de pesquisa, para contribuir no conhecimento de fenômenos individuais, grupais, sociais, organizacionais, políticos e relacionados (YIN, 2010).

A definição de estudo de caso, segundo Yin (2010) pode ser estabelecida em duas partes. A primeira trata da finalidade do estudo de caso, como uma investigação empírica que “investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes” (p. 39). De acordo com a segunda parte da definição, a investigação do estudo de caso:

- “Enfrenta a situação tecnicamente diferenciada em que existirão muito mais variáveis de interesse do que pontos de dados, e, como resultado
- Conta com múltiplas fontes de evidência, com os dados precisando convergir de maneira triangular e como outro resultado
- Beneficia-se do desenvolvimento anterior das proposições teóricas para orientar a coleta e análise de dados” (CRESWELL, 2010, p. 40).

Pode-se observar que de acordo com as duas partes da definição de estudo de caso propostas por Yin (2010), o uso dessa estratégia de investigação acontece quando se deseja entender em profundidade um fenômeno da vida real, porém este entendimento engloba condições contextuais importantes para esse fenômeno em estudo. Do mesmo modo, observa-se a abrangência do método, o qual envolve a lógica da pesquisa, as técnicas de coleta de dados e as abordagens da análise de dados.

Para Laville e Dionne (1999, p. 156):

Se um pesquisador se dedica a um dado caso, é muitas vezes porque ele tem razões para considerá-lo como típico de um conjunto mais amplo do qual se torna o representante, que ele pensa que esse caso pode, por exemplo, ajudar a melhor compreender uma situação ou um fenômeno complexo, até mesmo um meio, uma época.

Para Yin (2010), o estudo de caso é o método escolhido quando: “a) as questões ‘como’ ou ‘por que’ são propostas; b) o investigador tem pouco controle sobre os eventos; c) o enfoque está sobre um fenômeno contemporâneo no contexto da vida real” (p. 22). Esse autor destaca que “a primeira e mais importante condição para a diferenciação entre vários métodos de pesquisa é classificar o tipo de questão de pesquisa sendo feita” (p. 31).

Esse método é preferido quando se trata do estudo de eventos contemporâneos, quando os comportamentos relevantes para o estudo são impedidos de manipulação. O estudo de caso apresenta uma força exclusiva no que tange a profundidade do estudo, já que possibilita a utilização de ampla variedade de fontes de evidências, tais como documentos, artefatos, entrevistas e observações (YIN, 2010).

Nesse sentido, Laville e Dionne (1999) argumentam que:

A vantagem mais marcante dessa estratégia de pesquisa repousa, é claro, na possibilidade de aprofundamento que oferece, pois os recursos se veem concentrados no caso visado, não estando o estudo submetido às restrições ligadas à comparação do caso com outros casos. (LAVILLE E DIONNE, 1999, p. 156).

Os referidos autores complementam que “tal investigação permitirá inicialmente fornecer explicações no que tange diretamente ao caso considerado e elementos que lhe marcam o contexto” (LAVILLE E DIONNE, 1999, p. 155).

O estudo de caso é conhecido comumente como um método de pesquisa tipicamente qualitativo, mas tal método permite incluir detalhes ou até mesmo ser limitado a evidências quantitativas (YIN, 2010).

O estudo de caso apresentado nesta pesquisa caracteriza-se como único, pois conforme Yin (2010) representa o caso crítico no teste de uma teoria, que especifica um conjunto claro de proposições, assim como as circunstâncias em que essas proposições são consideradas verdadeiras, preenchendo todas as condições para o teste da hipótese. O caso único pode confirmar, desafiar ou ampliar a ideia, podendo contribuir para a formação do conhecimento e da teoria.

Quanto ao tipo, esse estudo de caso se classifica como exploratório e descritivo. O primeiro é indicado quando não se tem muito conhecimento sobre o assunto, consistindo em um primeiro contato com o fenômeno estudado com a

intenção de realizar descobertas; já o segundo, é indicado quando já se têm algum conhecimento sobre o assunto e pretende-se descrevê-lo (YIN, 2010).

Este estudo de caso caracteriza-se ainda como integrado, ou seja, aquele que envolve mais de uma unidade de análise tendo sua atenção dirigida a mais de uma subunidade. Esse tipo de estudo de caso ao permitir a integração de subunidades de análise, possibilita o desenvolvimento de um projeto mais complexo onde essas subunidades podem acrescentar oportunidades significativas para a análise extensiva, favorecendo os *insights* ao caso único (YIN, 2010).

As subunidades de análise neste estudo são três e podem ser entendidas como os objetivos específicos: 1. Identificar as formas de organização da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes; 2. Identificar características de perfil socioeconômico e de comportamento empreendedor de vendedores ambulantes; e 3. Analisar aspectos do processo de criação de empreendimentos informais de vendedores ambulantes que foram assim definidas, considerando-se a relevância dos resultados dos objetivos específicos para o caso estudado e as diferentes estratégias de investigação e instrumentos de coleta de dados utilizados para cada uma.

### 3.2.3 Documentação, Entrevistas e Questionários como estratégias de investigação

Além da abordagem e do método de pesquisa, outro elemento importante na estrutura de uma pesquisa, é a estratégia de coleta de dados, ou estratégia de investigação, a qual envolve as formas de coleta, análise e interpretação dos dados propostos no estudo pelo pesquisador (CRESWELL, 2010).

De acordo com Creswell (2010) as estratégias de investigação adequadas para as pesquisas de abordagem qualitativas são: métodos emergentes; pesquisas abertas; dados de entrevistas, dados de observação; dados de documentos e dados audiovisuais; análise de texto e imagem; interpretação de temas e de padrões. Para essa pesquisa, são utilizadas as seguintes estratégias qualitativas: dados de entrevistas, dados de documentos e registro fotográfico.

Já para as pesquisas de abordagem quantitativa, Creswell (2010) recomenda o uso de levantamentos e experimentos, utilizando-se questões

fechadas, abordagens predeterminadas e dados numéricos. Nessa pesquisa, emprega-se como estratégia quantitativa o levantamento.

Para Yin (2010, p. 127) a coleta de dados em um estudo de caso deve seguir três princípios: “a) o uso de múltiplas fontes de evidência, não apenas uma; b) a criação de um banco de dados do estudo de caso; e c) a manutenção de um encadeamento de evidências”. De acordo com esse autor, as evidências de um estudo de caso podem resultar de seis fontes: documentos, registros em arquivos, entrevistas, observação direta, observação participante e artefatos físicos.

As estratégias de investigação utilizadas em cada um dos objetivos específicos (unidades de análises) podem ser observadas na TABELA 3.

TABELA 3 – ESTRATÉGIAS DE INVESTIGAÇÃO ADOTADAS

<b>Objetivo Específico</b>	<b>Estratégias de Investigação</b>
1. Identificar as formas de organização da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes	Documentação e entrevista Informal
2. Identificar características de perfil socioeconômico e de comportamento empreendedor de vendedores ambulantes	Questionário estruturado
3. Analisar aspectos do processo de criação de empreendimentos informais de vendedores ambulantes	Entrevista semi-estruturada

FONTE: Elaborado pela Autora (2015)

A primeira estratégia de investigação utilizada foi a documentação ou pesquisa documental. Para Laville e Dionne (1999, p.166) o termo documento “designa toda fonte de informações já existente”. Os referidos autores apontam essa estratégia de investigação como sendo, frequentemente, de fácil acesso.

Flick (2009) indica que os documentos podem ser instrutivos para compreender a realidade social em contextos institucionais e considera que a Internet pode ser um tipo especial de documento devido à facilidade de acesso.

Conforme Yin (2010), o uso mais importante dos documentos em estudos de caso consiste em corroborar e aumentar a evidência de outras fontes. Ainda de acordo com o referido autor, os documentos são úteis mesmo que não sejam sempre precisos ou possam ser imparciais.

Nessa pesquisa iniciou-se a investigação a partir de pesquisa documental na *Internet*, no *site* institucional da Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná e em páginas da rede social *Facebook* relacionadas ao município. Destaca-se que tal

pesquisa inicial foi de fundamental importância para delimitação das demais estratégias de investigação a serem utilizadas.

A segunda estratégia de investigação adotada para essa pesquisa é a entrevista, que pode ser definida segundo Gil (2008, p. 109) como uma “técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam a investigação”. Trata-se de uma forma de interação social, uma forma de diálogo em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação.

Essa estratégia de investigação foi escolhida devido a sua flexibilidade, a qual:

É bastante adequada para a obtenção de informações acerca do que as pessoas sabem, crêem, esperam, sentem ou desejam, pretendem fazer ou fizeram, bem como acerca de suas explicações ou razões a respeito das coisas procedentes. (GIL, 2008, p. 109).

Para Yin (2010) as entrevistas tem como pontos fortes o fato de serem direcionadas, focando diretamente os tópicos do estudo de caso e o fato de serem perceptíveis fornecendo inferências e explicações causais percebidas.

Para Gil (2008), as entrevistas apresentam algumas vantagens: possibilita a obtenção de dados referentes a diversos aspectos da vida social, é uma técnica eficiente para a obtenção de dados em profundidade sobre o comportamento humano e os dados obtidos podem ser classificados e quantificados.

Para Creswell (2010), a entrevista é um método de pesquisa útil quando os participantes não podem ser observados diretamente. Nesse método os participantes podem fornecer informações históricas que venham contribuir com o tema investigado e ao pesquisador é permitido controlar a linha de questionamento.

Foram realizadas entrevistas nos objetivos específicos 1 e 3, sendo que para o objetivo específico 1 - Identificar as formas de organização da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes, , empregou-se a entrevista não estruturada ou informal e para o objetivo específico 3 - Analisar o processo de criação de empreendimentos informais de vendedores ambulantes foi utilizada a entrevista semi estruturada ou semi-padronizada.

A entrevista não estruturada ou informal é o “menos estruturado possível e só se distingue da simples conversação porque tem como objetivo básico a coleta

de dados” (GIL, 2008, p. 111). Segundo Laville e Dionne (1999, p. 190) é um tipo de entrevista na qual:

O entrevistador apoia-se em um ou vários temas e talvez em algumas perguntas iniciais, previstas antecipadamente, para improvisar em seguida suas outras perguntas em função de suas intenções e das respostas obtidas de seu interlocutor.

Nesse sentido, a ausência de estrutura da entrevista pode ser desenvolvida e ampliada, sempre em função das necessidades do projeto. Nesse tipo de entrevista busca-se obter uma visão geral do problema pesquisado, bem como a identificação de aspectos de personalidade do entrevistado sobre o tema que se investiga (GIL, 2008).

A entrevista não estruturada ou informal é recomendada nos estudos exploratórios, os quais visam a abordar realidades pouco conhecidas pelo pesquisador ou proporcionar uma visão próxima do problema pesquisado, sendo que este papel exploratório é frequentemente reconhecido como característico deste tipo de entrevista (LAVILLE E DIONNE, 1999; GIL, 2008).

Neste contexto, Laville e Dionne (1999) propõem que a entrevista não estruturada ou informal poderá abrir o caminho a novos domínios da pesquisa, permitindo descobrir, por exemplo, perguntas fundamentais ou termos que as pessoas usam para falar do assunto.

Conforme Gil (2008) realizam-se as entrevistas informais ou não estruturadas com informantes chave, sejam eles especialistas no tema em estudo, líderes formais ou informais, personalidades destacadas, entre outros participantes que o pesquisador julgue como mais apropriado para tal exploração.

Nesta pesquisa, no que se refere ao objetivo específico em destaque, os informantes chave escolhidos para entrevista informal foram: o presidente, o vice presidente e a secretária da Associação dos Vendedores Ambulantes de Pontal do Paraná (AVAPAR), o chefe de Departamento de Cadastro e Tributação da Secretaria Municipal de Finanças de Pontal do Paraná, responsável pela emissão das licenças para trabalhar como vendedor ambulante no comércio turístico do município e fiscais do Departamento de Vigilância Sanitária e Epidemiológica do Município de Pontal do Paraná, responsáveis pela realização da palestra sobre Vigilância à Saúde aos vendedores ambulantes, pela vistoria dos carrinhos dos

vendedores ambulantes e pela fiscalização dos vendedores ambulantes quando da atividade comercial na praia.

A entrevista semi estruturada ou semipadronizada, escolhida para o objetivo específico de número 3 – “Analisar aspectos do processo de criação de empreendimentos informais de vendedores ambulantes”, é composta por uma “série de perguntas abertas, feitas verbalmente em uma ordem prevista, mas na qual o entrevistador pode acrescentar perguntas de esclarecimento” (LAVILLE E DIONNE, 1999, p. 188).

Para Gil (2008, p. 112) a entrevista semi estruturada se constitui de uma relação de pontos de interesse que o entrevistador vai explorando ao longo de sua realização. De acordo com o referido autor, neste tipo de entrevista, o entrevistador faz perguntas diretas e deixa o entrevistado responder livremente podendo o entrevistador intervir de forma “sutil” caso o entrevistado se afaste dos objetivos do questionamento.

Neste tipo de entrevista, em função da hipótese e das exigências de sua verificação, o pesquisador reduz o caráter estruturado da entrevista a fim de torná-la menos rígida, podendo conservar a padronização das perguntas sem impor opções de respostas aos entrevistados. Ao permitir que o entrevistado possa formular uma resposta pessoal, obtém-se uma ideia melhor do que este realmente pensa e se certifica sobre o tema investigado, já que a flexibilidade deste método permite um contato mais íntimo entre entrevistador e entrevistado, favorecendo assim a exploração em profundidade de seus saberes, bem como de suas representações, suas crenças e valores (LAVILLE E DIONNE, 1999).

Considerando que o terceiro objetivo específico desta pesquisa tem em sua gênese caráter exploratório descritivo sobre os aspectos referentes ao processo de criação de empreendimentos de vendedores ambulantes que trabalham no comércio turístico de Pontal do Paraná, a entrevista semi padronizada pode ser identificada como adequada. Para realização das entrevistas deste objetivo específico, utiliza-se um roteiro para entrevista (ANEXO 3). Tal roteiro será melhor descrito na seção sobre os instrumentos de coleta de dados.

As formas mais comuns de se realizar as entrevistas são: face a face, por telefone, por grupo focal ou via *e-mail* (CRESWELL, 2010; LAVILLE E DIONNE, 1999; GIL, 2008). A fim de alcançar o objetivo específico 1 desta pesquisa, realizou-se as entrevistas face a face.

Para realização das entrevistas por contato direto, no campo, necessita-se, contudo, ter cautela no que se refere à amostragem (LAVILLE E DIONNE, 1999). O planejamento para decisão do tamanho da amostragem a ser entrevistada para atingir o objetivo específico 3 (três) pode ser verificado na seção que se refere à amostragem.

Ainda referindo-se as estratégias de investigação qualitativas, durante as visitas de campo foram realizados registros fotográficos.

Para o objetivo específico de número 2 - Identificar características de perfil socioeconômico e de comportamento empreendedor de vendedores ambulantes, a estratégia de investigação escolhida foi o questionário estruturado com questões fechadas, o qual pressupõe hipóteses e questões fechadas, que apresentam como ponto de partida as referências do pesquisador. (MINAYO, 1999).

De acordo com Gil (2008, p. 121) pode-se definir o questionário como uma técnica de “investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimento, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado [...]”.

Gil (2008) classifica o questionário ainda como uma lista fixa de perguntas, que apresenta sua ordem e redação invariável para todos os entrevistados e são mais comumente utilizados por conferir maior uniformidade às respostas e poderem ser mais facilmente analisadas.

Os questionários são em sua maioria, propostos por escrito ao respondente, onde este terá que ler os questionamentos e em seguida responder, de acordo com sua opinião.

Gil (2008, p. 122) indica algumas vantagens dos questionários:

- a) possibilita atingir grande número de pessoas, mesmo que estejam dispersas numa área geográfica muito extensa, já que o questionário pode ser enviado por correio;
- b) implica menores gastos com o pessoal, posto que o questionário não exige o treinamento dos pesquisadores;
- c) garante o anonimato das respostas;
- d) permite que as pessoas o respondam no momento em que julgarem mais conveniente;
- e) não expõe os pesquisados à influência das opiniões e do aspecto pessoal do entrevistado.

O levantamento, estratégia de investigação quantitativa, adotada para esse estudo, “apresenta uma descrição quantitativa ou numérica de tendências, atitudes ou opiniões de uma população, estudando-se uma amostra dessa população”, onde o pesquisador poderá generalizar ou fazer afirmações sobre a população estudada, a partir dos resultados da amostra. (CRESWELL, 2010, p. 178).

Esse objetivo específico se divide em dois subitens: características de perfil socioeconômico e características de comportamento empreendedor. Para tanto, fez-se necessário o uso de dois questionários para alcançar tal objetivo: o primeiro para identificar as características de perfil socioeconômico (ANEXO 1) e o segundo para identificar as características de comportamento empreendedor (ANEXO 2). Esses questionários serão mais bem detalhados na seção que se refere aos instrumentos de coleta de dados.

### 3.2.4 Instrumentos de coleta de dados e análises

Para a realização da coleta de dados em uma pesquisa, dependendo dos objetivos que se pretende investigar, dos resultados que se deseja alcançar, da estratégia de investigação e do método de pesquisa adotados podem-se utilizar instrumentos de coleta de dados para auxiliar no processo.

Os instrumentos de coleta de dados escolhidos para essa pesquisa podem ser vistos na TABELA 4.

TABELA 4: INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

OBJETIVO ESPECÍFICO	INSTRUMENTO	ANEXO
1 - Identificar as formas de organização da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes	---	---
2 - Identificar características de perfil social e de comportamento empreendedor de vendedores ambulantes	Questionário adaptado de Silva (1999) Questionário de David Clarence McClelland <i>apud</i> Bartel (2010)	ANEXO 1 ANEXO 2
3 - Analisar aspectos do processo de criação de empreendimentos informais de vendedores ambulantes	Roteiro baseado em Sarasvathy adaptado de Pelogio (2011)	ANEXO 5

FONTE: Elaborado pela Autora (2015)

Para o objetivo específico de número 1: “Identificar as formas de organização da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes” não coube utilizar instrumento de coleta de dados, pois se utiliza entrevista não estruturada ou informal. As entrevistas foram gravadas com auxílio de um aparelho de telefone móvel, posteriormente foram transcritas e analisadas.

Para o objetivos específico de número 2: “Identificar características de perfil socioeconômico e de comportamento empreendedor de vendedores ambulantes” foram adotados questionários estruturados; e para o objetivo específico 3: “Analisar aspectos do processo de criação de empreendimentos informais de vendedores ambulantes” foi adotado um roteiro semiestruturado para entrevista..

Para identificar as características de perfil socioeconômico foi utilizado um questionário adaptado de Silva (1999) (ANEXO 1). As respostas do questionário foram tabuladas com auxílio do *software Microsoft Office Excel*.

O questionário de David Clarence McClelland *apud* Bartel (2010) foi utilizado para identificar as características de comportamento empreendedor. Este questionário é composto por 55 (cinquenta e cinco) afirmações relacionadas às dez características comportamentais empreendedoras que compõem os conjuntos de Realização, Planejamento e Poder (McClelland<sup>29</sup>, 1972 *in* Bartel, 2010). Para cada uma das afirmações podia-se responder a partir de uma escala de 1 a 5, sendo: 1=nunca; 2=raras vezes; 3=algumas vezes; 4=usualmente e 5=sempre. Os respondentes foram orientados a escolher uma variante de resposta que melhor os descrevesse em cada afirmação.

Posterior à atribuição das pontuações pelos entrevistados, os resultados foram transferidos para uma folha (ANEXO 3) para calcular a pontuação de cada característica comportamental (busca de oportunidades e iniciativas; persistência; correr riscos calculados; exigência de qualidade; comprometimento; busca de informações; estabelecimento de metas; planejamento e monitoramento sistemático; persuasão e rede de contatos; e independência e autoconfiança) e de cada conjuntos de características (realização, planejamento e poder).

---

<sup>29</sup> MCCLELLAND, David Clarence. **A sociedade competitiva**: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

Podia-se alcançar uma pontuação máxima em cada característica comportamental de 25 pontos. De acordo com Paletta<sup>30</sup> (2001) citado por Feger *et al* (2008), não há uma pontuação tida como ideal, porém, a partir dos resultados dessa avaliação pode-se indicar em quais características os entrevistados devem ou não realizar capacitações e treinamentos objetivando melhorá-las.

Dentre as 55 (cinquenta e cinco) afirmações que compõem este questionário, há um conjunto de 5 (cinco) afirmações que dirigem-se a identificar o quanto o entrevistado pode ter se valorizado, afim de apresentar uma imagem favorável das suas características comportamentais empreendedoras no teste de avaliação. Caso isso aconteça, poderá ser aplicado um fator de correção (ANEXO 4), permitindo assim, a obtenção de resultados o mais próximo da realidade possível.

Para analisar aspectos do processo de criação de empreendimentos informais de vendedores ambulantes, terceiro objetivo específico desta pesquisa, foi elaborado um roteiro (ANEXO 5) para entrevista semi estruturada baseado em Sarasvathy adaptado de Pelogio (2011). O roteiro segue os princípios do *Effectuation*, conforme Sarasvathy (QUADRO 6).

PRINCÍPIOS DO <i>EFFECTUATION</i> PARA ELABORAÇÃO DO ROTEIRO DE ENTREVISTAS	
Controle de Recursos	Quem eles são?
	O que eles conhecem?
	Quem eles conhecem?
Clareza de objetivos iniciais	
Tolerância às perdas e investimentos iniciais	
Alavancagem sobre contingências – Surpresas e dificuldades iniciais	

QUADRO 6: PRINCÍPIOS DO *EFFECTUATION* PARA ELABORAÇÃO DO ROTEIRO DE ENTREVISTAS

FONTE: Elaborado Pela Autora (2016)

Foi realizado um pré-teste em novembro de 2015 e em seguida o roteiro foi aprimorado. As entrevistas realizadas face a face e por telefone, a partir deste roteiro foram gravadas utilizando-se um aparelho de telefone móvel, posteriormente foram transcritas (APÊNDICE 1) e devidamente analisadas, conforme a abordagem do *Effectuation*.

<sup>30</sup> PALETTA, Marco Antônio. **Vamos abrir uma pequena empresa**: um guia prático para abertura de novos negócios. Campinas, SP. Editora Alínea, 2001.

### 3.2.5 Amostragem Não-Probabilística

Nas pesquisas sociais é comum o uso de uma pequena parte de uma população a fim de representar toda esta população ou universo. Esse uso comum se dá devido à grande dimensão do conjunto que se deseja estudar, tornando-se impossível examiná-lo em sua totalidade. O universo ou população pode ser entendido como “o conjunto definido de elementos que possuem determinadas características” (GIL, 2008, p. 90). Já a pequena parte, mencionada como comum, chamamos de amostra, que é entendida como um “subconjunto do universo ou da população, por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características desse universo ou população” (GIL, 2008, p. 91).

A ideia básica de amostragem refere-se “a coleta de dados relativos a alguns elementos da população e a sua análise, que pode proporcionar informações relevantes sobre toda a população” (MATTAR, 1996, p. 128).

Quanto ao tipo, a amostragem pode ser classificada como probabilística: que permite generalização da população a partir de uma amostra (MATTAR, 1996), são rigorosamente científicos e se baseiam nas leis estatísticas (GIL, 2008); ou não probabilística que segundo Mattar (1996, p. 132) “é aquela em que a seleção dos elementos da população para compor a amostra depende ao menos em parte do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo”.

Nesta pesquisa a amostragem não probabilística foi adotada, considerando Mattar (2010):

1 – Quando a obtenção de uma amostra de dados que reflitam precisamente a população não seja o propósito principal da pesquisa. Se não houver intenção de generalizar os dados obtidos na amostra para a população, então não haverá preocupações quanto à amostra ser mais ou menos representativa da população;

2 – Quando há limitações de tempo, recursos financeiros, materiais e ‘pessoas’ necessárias para a realização de uma pesquisa com amostragem probabilística” (MATTAR, 1996, p. 157).

Para Gil (2008) a amostragem não probabilística não apresenta fundamentação estatística ou matemática, são unicamente dependentes de critérios

do pesquisador. São mais críticas em relação à validade dos seus resultados, contudo apresentam vantagens, mormente quanto ao custo e tempo despendido.

A decisão de utilizar amostragem não probabilística pode ainda ser justificada em Oliveira (2001), a qual menciona que a amostragem não probabilística é utilizada comumente quando se trata de uma população homogênea, quando o pesquisador não possui conhecimentos suficientes ou ainda quando o fator facilidade operacional é requerido.

Utilizam-se neste estudo a amostragem não probabilística por tipicidade ou intencional e por acessibilidade ou conveniência. A primeira, de acordo com Gil (2008) é aquela em que se escolhem pessoas chave para entrevistar, julgando serem essas as pessoas mais adequadas para coleta de informações para a pesquisa. Este tipo de amostragem foi utilizada para atingir o objetivo específico 1.

Para atingir os objetivos específicos 2 e 3, foi utilizada a amostragem não probabilística por acessibilidade ou conveniência. Nesse tipo de amostragem o pesquisador seleciona elementos acessíveis, considerando que estes possam de alguma forma, representar o universo estudado. Esse tipo de amostragem se caracteriza como o tipo de amostragem menos rigoroso e é geralmente aplicado em estudos exploratórios ou qualitativos, onde não se requer elevado nível de precisão (GIL, 2008).

Para o objetivo específico 3 considerou-se ainda a orientação de Turato (2013) de que em uma pesquisa qualitativa, em se tratando do uso de entrevistas como estratégia de investigação, o número adequado de entrevistados se encontra entre seis e trinta.

#### **4 EMPREENDEDORISMO INFORMAL, ATIVIDADE COMERCIAL TURÍSTICA E OS VENDEDORES AMBULANTES DE PONTAL DO PARANÁ: RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Nesse capítulo são apresentados os dados resultantes dos trabalhos de campo e da fase de análise e interpretação, como forma de atingir o objetivo geral desta pesquisa: “analisar o empreendedorismo informal relativo à atividade comercial turística dos vendedores ambulantes do município balneário de Pontal do Paraná – PR – Brasil”.

Em um primeiro momento, entre outubro e dezembro de 2014, foi realizada pesquisa documental através da qual verificou-se a existência da AVAPAR. No entanto a partir do telefone de contato encontrado na referida fonte de pesquisa, não foi possível estabelecer contato com a instituição. Dessa forma, a partir da rede de contatos pessoais da pesquisadora foi possível acessar o contato telefônico da secretária da AVAPAR a qual forneceu o contato telefônico do presidente da instituição.

A primeira aproximação com a AVAPAR aconteceu em janeiro de 2015 durante uma visita à sede da Associação onde foi realizada uma entrevista informal com seu presidente.

Em um segundo momento, em outubro de 2015, foi realizada entrevista informal com o vice-presidente e com a secretária da AVAPAR, na ocasião da palestra sobre Vigilância à Saúde realizada pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica na sede da AVAPAR. Nessa ocasião foi realizada ainda, uma entrevista informal com a fiscal sanitária municipal que estava realizando a palestra no local.

O primeiro contato com vendedores ambulantes aconteceu em outubro de 2015 durante a mesma palestra sobre Vigilância à Saúde realizada pela vigilância sanitária na sede da AVAPAR. Nessa ocasião foram aplicados os questionários referentes às características de perfil sócio econômico e de comportamento empreendedor (objetivo específico 2). Foram entregues juntos (grampeados) 80 (oitenta) questionários de perfil sócio econômico e 80 (oitenta) questionários de perfil empreendedor.

Os vendedores ambulantes presentes foram orientados quanto ao preenchimento dos questionários no momento da entrega e instruídos a entregar no mesmo dia, após o preenchimento, ou até a semana seguinte para a secretária da AVAPAR.

A pesquisadora teve um retorno de 25 (vinte e cinco) questionários de características de perfil socioeconômico e 23 (vinte e três) de características de comportamento empreendedor na data da entrega dos questionários. Posteriormente a pesquisadora recebeu da secretaria da AVAPAR um total de 2 (dois) questionários de características de perfil socioeconômico e 2 (dois) de comportamento empreendedor, totalizando 27 (vinte e sete) questionários de características de perfil socioeconômico e 25 (vinte e cinco) questionários de comportamento empreendedor.

Cinco dos questionários de características de comportamento empreendedor foram invalidados por não estarem totalmente preenchidos. Assim, 20 (vinte) questionários de características de comportamento empreendedor foram considerados válidos e analisados. Cabe mencionar, que um questionário de características de perfil socioeconômico e um questionário de características de comportamento empreendedor foram utilizados nessa etapa da pesquisa como formulários, ou seja, a pesquisadora leu cada uma das questões e anotou as respostas do pesquisado. Essa ação se fez necessária, devido a não alfabetização de um participante.

O segundo, terceiro e quarto contatos da pesquisadora com vendedores ambulantes aconteceram em novembro de 2015 durante vistorias dos carrinhos dos vendedores ambulantes realizado pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica nos Balneários de Shangri-lá, Pontal Sul e Ipanema, respectivamente.

Durante as vistorias do Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica, acompanhadas pela pesquisadora, foram realizadas entrevistas informais com dois fiscais sanitários e uma assistente administrativa envolvidos nas vistorias.

Ainda durante as referidas vistorias foi possível, a partir do acompanhamento da pesquisadora, realizar uma aproximação com os vendedores ambulantes onde foram solicitados seus contatos telefônicos mediante convite e aceitação para participar da entrevista sobre os aspectos do processo de criação

dos empreendimentos informais de vendedores ambulantes. Na ocasião das vistorias, foram abordados aproximadamente 50 (cinquenta) vendedores ambulantes, dos quais 11 (onze) aceitaram participar da entrevista sobre o processo de criação de empreendimentos e forneceram seus contatos telefônicos.

Na sequência, a pesquisadora fez contato com os vendedores ambulantes para agendar as entrevistas. Um total de onze entrevistas foram agendadas na sede da AVAPAR ou na residência do vendedor ambulante conforme acordo com a pesquisadora, no entanto apenas três foram realizadas. As demais entrevistas não foram realizadas pelos seguintes motivos: três, que haviam sido agendadas nas residências dos empreendedores, foram demarcadas por questões pessoais do vendedor ambulante e os outros cinco vendedores ambulantes não compareceram à sede da AVAPAR (local combinado) nos horários agendados.

A primeira entrevista realizada consistiu em um pré-teste e após sua concretização foram delineados pequenos ajustes no roteiro de entrevista. No entanto, como os ajustes foram mínimos, tal entrevista não foi descartada e não teve a necessidade de complementação de informações sobre o informante.

Uma segunda tentativa de concretização das entrevistas foi realizada em março de 2016 por telefone, onde os oito vendedores ambulantes que haviam aceitado participar das entrevistas sobre o processo de criação de empreendimentos foram contatados para participarem novamente da entrevista, mas dessa vez por telefone. Uma entrevista foi realizada logo no primeiro contato e outras duas agendadas. Ao retornar por telefone para os dois vendedores ambulantes com entrevistas agendadas, outra entrevista foi realizada e o terceiro vendedor ambulante não atendeu ao telefone no dia e horário agendado para entrevista e nem posteriormente.

Dessa forma, realizou-se contato telefônico ao vice-presidente da AVAPAR para indicação de vendedores ambulantes para participar da entrevista. Foram indicados pelo vice-presidente da AVAPAR três vendedores ambulantes e fornecidos seus contatos telefônicos. No primeiro contato telefônico com um dos vendedores ambulantes foi realizada mais uma entrevista. Os outros dois contatados não atenderam ao telefone.

Assim, encerrou-se a etapa de entrevistas sobre o processo de criação de empreendimentos com seis entrevistados, seguindo a orientação de Turato (2000)

de no mínimo seis informantes na pesquisa qualitativa, quando se faz uso de entrevistas.

Das seis entrevistas realizadas, três foram realizadas face a face (uma na sede da AVAPAR e duas nas residências dos entrevistados) e três por contato telefônico. As entrevistas face a face tiveram em média, uma hora de duração e as realizadas por telefone, em média trinta minutos.

Em dezembro de 2015 foi realizada entrevista da Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná com o Chefe do Departamento de Cadastro e Tributação da Secretaria Municipal de Finanças responsável pelo controle, emissão e entrega das licenças e camisetas para os vendedores ambulantes do município.

Durante as visitas de campo foram consultados documentos institucionais da AVAPAR (Estatuto Social) e da Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná (Lei Municipal para o comércio ambulante temporário) e realizado registro fotográfico. Foi ainda realizado registro fotográfico dos vendedores ambulantes na praia, seu local de trabalho.

Esse capítulo é composto por quatro subcapítulos, onde nos três primeiros são expostos os resultados referentes a cada objetivo específico e no último, os resultados alcançados para o objetivo geral da pesquisa.

#### 4.1 Formas de organização da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes

Estão envolvidas na atividade comercial turística dos vendedores ambulantes de Pontal do Paraná duas instituições: a AVAPAR e a Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná. As atividades, atribuições e responsabilidades de cada uma dessas instituições serão apresentadas em uma respectiva seção. Em uma terceira seção serão apresentadas as análises dos resultados.

#### 4.1.1 AVAPAR

A Associação dos Vendedores Ambulantes de Pontal do Paraná (AVAPAR) foi fundada em 07/10/1997 e se enquadra na categoria de associação privada que desenvolve atividades de defesa de direitos sociais. A instituição está instalada em sede própria, localizada na Travessa Solimões, número 12, balneário de Ipanema em Pontal do Paraná (ESTATUTO DA AVAPAR, 2016).

A AVAPAR conta em seu conselho diretor com onze membros, sendo um presidente, um vice presidente, dois secretários, dois tesoureiros e cinco conselheiros. A cada dois anos é realizada uma nova eleição para os membros do conselho e podem se candidatar pessoas envolvidas com a AVAPAR, seja por serem associados ou por terem realizado algum tipo de parceria. A eleição acontece em Assembleia Geral Ordinária, sempre na primeira quinzena do mês de junho. (ESTATUTO DA AVAPAR, 2016).

De acordo com o presidente da AVAPAR e com o Estatuto da AVAPAR (2016), os interessados em atuar como vendedores ambulantes em Pontal do Paraná precisam se associar à AVAPAR para receberem as licenças que são emitidas pela Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná. Podem se associar apenas as pessoas residentes no município há pelo menos seis meses, mediante apresentação de documento de identidade, cadastro de pessoa física, comprovante de residência em nome do titular e título de eleitor do titular, sendo que é obrigatório que o candidato a associado seja eleitor do município de Pontal do Paraná. Pessoas menores de 18 anos e maiores de 14 poderão se associar à AVAPAR mediante autorização por escrito do pai ou responsável.

Segundo o presidente e o vice presidente da AVAPAR, o cadastro e a renovação do cadastro dos associados são realizados anualmente em período pré-determinado pela AVAPAR. Primeiramente acontece a renovação do cadastro dos vendedores ambulantes associados, ou seja, pessoas que já desenvolvem atividade como vendedor ambulante e que pretendem renovar seu cadastro por mais um ano para continuarem desenvolvendo a atividade. Isso prioriza os vendedores ambulantes já associados, sendo que há casos de vendedores ambulantes que são associados desde 1997, quando a associação foi fundada.

Após o período de renovação de cadastro dos associados antigos, acontece o período de cadastramento dos interessados em se associar para iniciarem as atividades como vendedores ambulantes. Dessa forma, as vagas não preenchidas pelos associados antigos são direcionadas aos novos candidatos, dentro do número limite de 551 vagas ao ano.

Segundo o atual presidente da AVAPAR, o número de associados para o período de 2014 a 2015 foi de 600, excedendo o número limite de associados considerado adequado pela associação e pela Prefeitura Municipal, devido a grande procura dos interessados em atuar como vendedores ambulantes. Mas ainda foi menor que o número de associados do ano anterior, 2014, que chegou à 800 associados.

De acordo como o presidente e o secretário da AVAPAR, os associados que não realizam a renovação anual de seus cadastros não podem mais exercer as atividades como vendedores ambulantes, pois as licenças emitidas pela Prefeitura Municipal são válidas apenas para o período de uma temporada. Assim, os associados que deixam de renovar seus cadastros precisam esperar em uma lista de espera para que possam voltar a se associar e obter novas licenças. Para se associar à AVAPAR ou efetuar a renovação anual de cadastro, é necessário o pagamento de uma taxa no valor de R\$ 40,00 reais à associação.

Conforme o presidente e o vice presidente da AVAPAR, a distribuição geográfica dos associados para atuação como vendedores ambulantes, bem como a escolha dos produtos que serão comercializados por eles é definida no momento da realização ou renovação do cadastro, de acordo com as vagas disponíveis, conforme a Lei Municipal que dispõem sobre o comércio ambulante em Pontal do Paraná.

Para um controle e fiscalização mais efetivos dos ambulantes, o município foi dividido em quatro setores de atuação: Setor 1 – Praia de Leste; Setor 2 – Ipanema; Setor 3 – Shangri-lá e Setor 4 – Pontal do Sul (FIGURA 9). De acordo com a Lei Municipal nº 621, de 18 de novembro de 2005, Decreto nº 5322, de 04 de setembro de 2015, a definição e autorização dos locais para o exercício do comércio ambulante é de competência da Secretaria Municipal de Habitação e Assuntos Fundiários e do Departamento Municipal de Urbanismo de Pontal do Paraná.

SETORES	LIMITES	BASE	BALNEÁRIOS
1	MONÇÕES  A  GUARAPARI	PRAIA DE LESTE   PRAIA DE LESTE	Monções, Iracema, Beltrami, Jardim Canadá, Santa Mônica, Praia de Leste, Guarujá, Vila Jacarandá, Jardim Jacarandá, Guaraguaçu, Las Vegas e Miramar Mirassol, São Carlos, Irapuan, Patrick II, São José, Luciane, Praia Bela, Majoraine, Miami, Ipê, Canoas, Atlântica (Santa Terezinha), Itapuã, Primavera Porto Fino e Guarapari
2	MOITINHA A GRAJAÚ (canal)	IPANEMA	Moitinha, Ipanema I, II, III e IV, Leblon, Andaray e Grajaú-8
3	MARISSOL A GUAPÊ	SHANGRI-LÁ	Marissol, Carmery, Olho D'Água, Shangri-lá e Guapê – 5
4	SANTA RITA MAR A PONTAL DO SUL	PONTAL DO SUL	Santa Rita Mar, Barrancos, Marisa, Batel, Atami I e II, Vila Nova, Vilage Albatroz, Jardim Marines e Pontal do Sul – 10

FIGURA 9 – SETORES PARA EXERCÍCIO DE COMÉRCIO AMBULANTE  
FONTE: PONTAL DO PARANÁ (2016)

O associado cadastrado dispõe de autorização para atuação exclusiva no seu setor, podendo sofrer penalidades caso descumpra essa regra. O critério de escolha do setor é de acordo com o balneário de residência do associado.

Os produtos e as vagas disponíveis para comercialização como vendedor ambulante podem ser observados no QUADRO 7.

	ATIVIDADES	SETORES				TOTAL
		1	2	3	4	
1	Bebidas	45	40	25	15	125
2	Caldo de cana	05	05	03	03	16
3	Churros e crepes	16	14	09	09	48
4	Coco verde	15	15	10	08	48
5	Espetinho	03	03	03	03	12
6	Milho verde	12	08	05	05	30
7	Pastel	12	12	05	05	34
8	Pipoca	02	02	02	02	08
9	Mini pizza/ pizza pedaço	03	03	02	02	10
10	Raspadinha	05	04	04	02	15
11	Salada de frutas/ frutas	02	02	02	02	08
12	Salgados, doces, tapiocas e pães	26	16	06	09	57
13	Aluguel de cadeiras e guarda sol	05	05	05	05	20
14	Sorvetes	45	31	24	20	120
<b>TOTAL</b>		196	160	105	90	551

QUADRO 7 – NÚMERO DE VAGAS, POR SETOR, PARA CADA ATIVIDADE AMBULANTE  
FONTE: PONTAL DO PARANÁ (2016)

Observa-se que os vendedores ambulantes podem escolher dentre quinze produtos para comercialização. O critério de escolha dos produtos depende do número de vagas disponíveis no momento do cadastro, ou seja, quem realiza o cadastro antes tem mais opções de escolhas.

Os demais escolhem a partir das vagas ainda disponíveis. Assim, os associados antigos, realizando a renovação de cadastro em período que antecede o cadastro dos novos associados têm maiores opções de escolha.

Segundo o presidente da AVAPAR, a instituição é mantida com os recursos oriundos da taxa de cadastramento e renovação de cadastro paga pelos associados. A sede da associação é constituída de um amplo salão com cozinha e banheiros equipados, conta com um escritório informatizado e uma *lan house* com computadores com acesso à *internet* para uso dos associados, contando ainda com uma área externa para lazer.

A sede é própria da associação e foi adquirida há aproximadamente quinze anos. O espaço e estrutura da AVAPAR são ainda locados para realização de eventos como bingos e bailes da terceira idade, gerando recursos para auxiliar na manutenção da associação.

Ainda de acordo com o presidente da AVAPAR, ao longo dos 19 anos de existência da associação, não há registros de realização de pesquisas acadêmicas sobre os vendedores ambulantes de Pontal do Paraná, bem como sobre a própria associação, se tornando um nicho a ser explorado cientificamente.

#### 4.1.2 Prefeitura Municipal

De acordo com o Chefe de Divisão do Departamento de Cadastro e Tributação da Secretaria Municipal de Finanças de Pontal do Paraná, no período de 1995 a 1997 a responsabilidade por controlar a atividade comercial dos vendedores ambulantes era da Empresa de Desenvolvimento das Praias – ENDEPRAIAS, pois o município ainda não havia se desmembrado de Paranaguá.

Com a emancipação de Pontal do Paraná, a partir do ano de 1998 tal responsabilidade passou a ser do próprio município. Posterior a isso, foi constituída a

Lei N. 621 de 18 de Novembro de 2005, referente ao comércio ambulante durante o período de temporada de verão, no Município de Pontal do Paraná.

Cabe ao Departamento Municipal de Cadastro e Tributação<sup>31</sup>: determinar o modelo, padrão e cor da vestimenta de identificação dos vendedores ambulantes; elaborar o crachá de identificação dos vendedores ambulantes; e definir o padrão de identificação dos carrinhos, meios ou equipamentos utilizados para transporte de produtos.

Conforme o Chefe de Divisão do Departamento de Cadastro e Tributação da Secretaria Municipal de Finanças de Pontal do Paraná, após o encaminhamento dos cadastros realizados pela AVAPAR para a Prefeitura Municipal, é divulgado na sede da Prefeitura Municipal, um edital com a classificação dos inscritos por setor e conforme as atividades indicadas.

Conforme a Lei N. 621 de 18 de Novembro de 2005, Decreto nº5322, de 04 de setembro de 2015, há três critérios de desempate que são seguidos para a classificação: maior tempo de atuação como vendedor ambulante, maior tempo de residência no município e condição socioeconômica menos favorável.

Os candidatos classificados são convocados para expedição da licença, condicionada à: vistoria e liberação dos carrinhos, meios e equipamentos utilizados para preparo, transporte ou acondicionamento de produtos para comercialização (que será informada e agendada pelo Departamento de Cadastro e Tributação, conforme Calendário de Vistoria, no momento da convocação); e apresentação do comprovante de pagamento da taxa de licença à Prefeitura, no valor de R\$100,00.

As licenças dos vendedores ambulantes são representadas por carteirinhas onde constam os dados do vendedor ambulante, como: nome, documentos pessoais, setor de atuação, produto comercializado, validade da licença e período para renovação da licença.

Tais carteirinhas (FIGURA 10) são emitidas por cores, de acordo com o setor de atuação do ambulante. As cores mudam de ano para ano. As carteirinhas referentes à temporada de verão 2015/2016 apresentam as seguintes cores: Setor 1 (Praia de Leste) – Azul; Setor 2 (Ipanema) - Rosa; Setor 3 (Shangri-lá) – Verde; Setor 4 (Pontal do Sul) – Amarela.

---

<sup>31</sup> Conforme Lei N. 621 de 18 de Novembro de 2005, Decreto nº5322, de 04 de setembro de 2015.



FIGURA 10 – CARTEIRINHA DE VENDEDOR AMBULANTE – TEMPORADA 2013/2014  
FONTE: PESQUISA DE CAMPO (2015)

De acordo com o Chefe de Divisão do Departamento de Cadastro e Tributação da Secretaria Municipal de Finanças de Pontal do Paraná, as licenças emitidas pela Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná são individuais e intransferíveis, ou seja, somente o titular tem autorização para exercer atividade como vendedor ambulante nas areias do município portando essa licença.

De acordo com a Lei Municipal do comércio ambulante temporário, as licenças são emitidas para o período de temporada de verão, tendo sua validade de 01 de dezembro até 31 de março. No entanto, conforme o Chefe de Divisão do Departamento de Cadastro e Tributação da Secretaria Municipal de Finanças de Pontal do Paraná, responsável pelo controle de emissão das licenças, os vendedores ambulantes tem autorização para trabalhar após o dia 31 de março portando a mesma licença. Além das licenças, a Prefeitura fornece ainda camisetas de uniforme (FIGURA 11) para os vendedores ambulantes.



FIGURA 11 – CAMISETAS DOS VENDEDORES AMBULANTES – TEMPORADA 2014/2015  
FONTE: PESQUISA DE CAMPO (2015)

De acordo com dados da Prefeitura Municipal, em Pontal do Paraná há um total de 3050 (três mil e cinquenta) vendedores ambulantes cadastrados, mas apenas 750 (setecentos e cinquenta) estão ativos desenvolvendo as atividades como vendedor ambulante. O número de vendedores ambulantes ativos na atividade é referente às pessoas cadastradas na AVAPAR e na Prefeitura Municipal e que atuam na atividade comercial em um ano ou em outro, não se referindo ao número de vendedores ambulantes que atuam fixamente nos demais anos.

O controle sanitário da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes no Município de Pontal do Paraná, de acordo com o fiscal sanitário 1, passou a ser realizado no ano de 2001 pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica, estimulado pelas reclamações dos turistas do município quanto à higiene dos carrinhos dos vendedores ambulantes, bem como da manipulação inadequada de produtos pelos ambulantes.

De acordo com esse fiscal, o Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica segue o Código de Saúde do Paraná, Lei nº 13331, de 23 de novembro de 2011, que dispõe sobre a organização, regulamentação, fiscalização e controle das ações dos serviços de saúde no Estado do Paraná e Decreto Nº 5.711, de 5 de maio de 2002 que regula a organização e o funcionamento do Sistema Único de Saúde no âmbito do Estado do Paraná, estabelece normas de promoção, proteção e recuperação da saúde e dispõe sobre as infrações sanitárias e respectivo processo administrativo.

O Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica de Pontal do Paraná é responsável pela realização de palestra educativa sobre Vigilância à Saúde (FIGURA 12) para os vendedores ambulantes. Conforme o fiscal sanitário 2, que realizou a palestra em outubro de 2015, a referida palestra é obrigatória aos candidatos à vendedores ambulantes. Sem ela, o candidato fica impossibilitado de obter o selo de vistoria expedido pelo Departamento de Vigilância Sanitária e Epidemiológica Municipal.

Durante a palestra os vendedores ambulantes são orientados quanto aos procedimentos básicos de Vigilância à Saúde dos carrinhos utilizados para transportar seus produtos no momento de venda, bem como quanto à forma adequada de manipulação de alimentos que serão comercializados por eles e prevenção à dengue.



FIGURA 12 – PALESTRA SOBRE VIGILÂNCIA À SAÚDE REALIZADA PELO DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E EPIDEMIOLÓGICA NA SEDE DA AVAPAR  
FONTE: PESQUISA DE CAMPO (2015)

Conforme o artigo 13, da Lei Municipal nº 621, de 18 de novembro de 2005, Decreto nº 5322, de 04 de setembro de 2015, “cabe ao Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica vistoriar e liberar veículos, carrinhos ou quaisquer outros meios ou equipamentos utilizados para preparo, transporte e acondicionamento dos produtos a serem comercializados”.

Os carrinhos considerados aptos para a comercialização de produtos recebem um selo de vistoria (FIGURA 13).



FIGURA 13 – SELO DE VISTORIA DO DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E EPIDEMIOLÓGICA  
 FONTE: PESQUISA DE CAMPO (2015)

De acordo com os fiscais sanitários 1 e 3, as vistorias são realizadas levando em consideração as orientações sanitárias apresentadas no Código de Saúde do Paraná. Os itens analisados nos carrinhos diferem conforme os produtos que serão nele comercializados.

Os carrinhos de bebidas e sorvetes são em sua maioria mais simples, já que esses produtos não necessitam de manipulação no momento da entrega ao consumidor, diferente, por exemplo, de um carrinho de cachorro quente, tapioca ou milho verde, os quais necessitam ser aquecidos, preparados ou montados no momento do consumo.

Conforme a Vigilância sanitária, um item obrigatório para todos os carrinhos é a saída de água (FIGURA 14) para higienização das mãos do vendedor ambulante durante o trabalho na praia. Os itens analisados nos carrinhos pela Vigilância Sanitária no momento da vistoria são: estrutura e pintura do carrinho, adequação dos locais de armazenamento dos produtos e caixas de isopor para acondicionamento de bebidas que devem ser trocadas anualmente.

Durante a vistoria, os fiscais sanitários orientam os vendedores ambulantes quanto a possíveis melhorias que possam ser realizadas futuramente nos carrinhos. Durante o processo de vistoria dos carrinhos de vendedores ambulantes pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica, um Assistente Administrativo, é responsável pelo controle dos carrinhos vistoriados, bem como pelo registro do recebimento dos selos de vistoria.



FIGURA 14 – SAÍDA DE ÁGUA DE CARRINHO DE VENDEADOR AMBULANTE  
 FONTE: PESQUISA DE CAMPO (2015)

A não liberação dos carrinhos, meios e equipamentos pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica, durante as vistorias (FIGURA 15), implica no indeferimento da licença solicitada e convocação do candidato seguinte.



FIGURA 15 – VISTORIAS DOS CARRINHOS DOS VENDEADORES AMBULANTES PELO DEPARTAMENTO DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA E EPIDEMIOLÓGICA  
 FONTE: PESQUISA DE CAMPO (2015)

De acordo como o Chefe de Divisão do Departamento de Cadastro e Tributação da Secretaria Municipal de Finanças de Pontal do Paraná, a Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná, representada pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica, é responsável pela fiscalização dos vendedores ambulantes quando em atividade na praia.

Conforme a Assistente Administrativa envolvida na organização da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes, tal fiscalização é realizada a partir do deslocamento de um grupo de fiscais às areias do município de Pontal do Paraná para verificar se todos os vendedores ambulantes estão devidamente autorizados a desempenhar as atividades, bem como se os vendedores ambulantes estão sob efeito de álcool ou tabagismo, se apresentam ferimento exposto (principalmente nas mãos), se estão com tosse, as condições do carrinho na praia e o acondicionamento dos produtos.

A fiscalização acontece ainda por parte dos próprios associados que por residirem em um município pequeno e por frequentarem as atividades da AVAPAR, se conhecem. Assim, se avistarem alguém praticando atividade como vendedor ambulante e que não seja associado à AVAPAR, informam a Prefeitura Municipal para verificação de possíveis irregularidades, que quando comprovadas resultam em apreensão das mercadorias do praticante.

#### 4.1.3 Organização da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes – Instituições envolvidas

A organização da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes no Município de Pontal do Paraná está sistematizada na FIGURA 16.

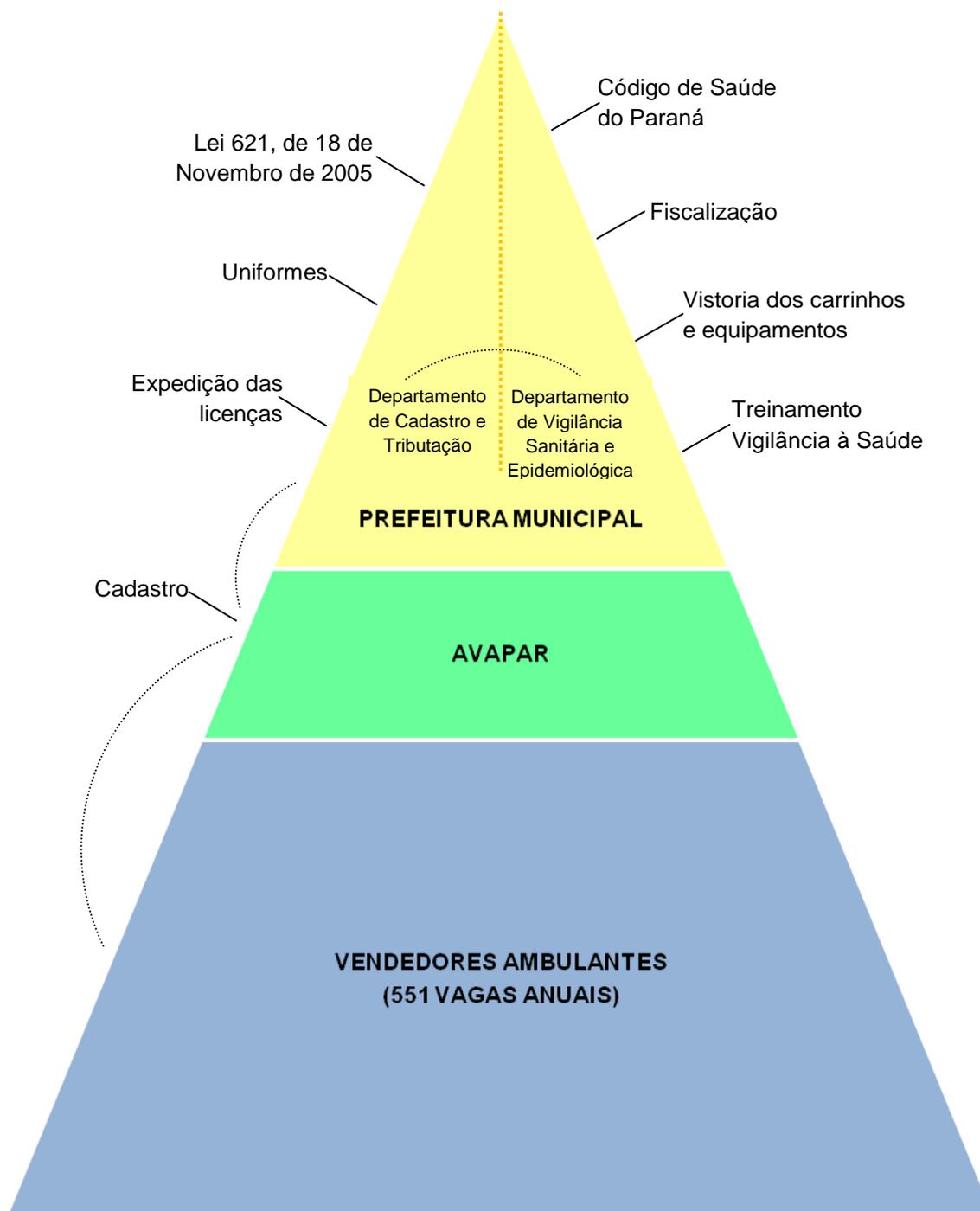


FIGURA 16 – REPRESENTAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO DA ATIVIDADE COMERCIAL TURÍSTICA DOS VENDEDORES AMBULANTES  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

A AVAPAR é a instituição responsável pela realização do **cadastro** dos candidatos a vendedores ambulantes, bem como à **renovação** dos cadastros dos ambulantes antigos mediante recolhimento de taxa. Após a renovação e realização dos cadastros, os candidatos devem participar de momento de **aperfeiçoamento e qualificação**, mediante palestra sobre Vigilância à Saúde, realizada pelo

Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica na sede da AVAPAR.

Os cadastros realizados pela AVAPAR são encaminhados para a Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná, que irá, a partir do Departamento de Cadastro e Tributação, e seguindo a Lei 621 de 18 de novembro de 2005, **convocar** os candidatos **classificados** para desenvolver a atividade. Os candidatos deverão passar pela **vistoria dos carrinhos e equipamentos**, realizada pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica, pautada no Código de Saúde do Paraná, onde os aprovados recebem um **selo de vistoria**.

Após a aprovação na vistoria realizada pelo Departamento de Vigilância Sanitária e Epidemiológica, os candidatos devem apresentar o comprovante de recolhimento da taxa municipal, no Departamento de Cadastro e Tributação, para que possam ser expedidas as licenças. Juntamente com as **carteirinhas de identificação**, os classificados recebem do Departamento Municipal de Cadastro e Tributação os **uniformes** para que possam desenvolver as atividades na praia como vendedores ambulantes (FIGURA 17 e 18).



FIGURA 17: VENDEDORES AMBULANTES EM ATIVIDADE NA PRAIA DE PONTAL DO PARANÁ  
FONTE: PESQUISA DE CAMPO (2015)

Podemos ver nas imagens (FIGURA 17), carrinhos de estruturas que utilizam bicicletas, carrinhos emprestados aos vendedores por empresas constituídas, a partir de parcerias e um carrinho com estrutura específica, construída exclusivamente para essa atividade, sendo estes passíveis de locomoção pelo vendedor ambulante.



FIGURA 18 – VENDEDORES AMBULANTES EM ATIVIDADE NA PRAIA DE PONTAL DO PARANÁ  
 FONTE: PESQUISA DE CAMPO (2015)

Na Figura 18, podem ser observados exemplos de carrinhos de vendedores ambulantes com estruturas de maior dimensão que os carrinhos apresentados na Figura 17. Esses carrinhos, geralmente, são instalados, diariamente, em um determinado ponto da praia e permanecem ali durante o dia, podendo no dia seguinte ser instalado em outro local, dentro do seu setor de atuação. A permanência desses carrinhos em um mesmo local durante o dia, se dá devido ao peso dos carrinhos. Sua locomoção seria inviável aos vendedores ambulantes, devido ao desgaste físico destes.

Durante o período de temporada de verão, o Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica realiza fiscalização dos carrinhos e equipamentos dos vendedores ambulantes em atividade na areia da praia.

#### 4.2. Características de Perfil Socioeconômico e de Comportamento Empreendedor de vendedores ambulantes

Nesse subcapítulo serão apresentados os resultados referentes às características de perfil socioeconômico e de comportamento empreendedor de vendedores ambulantes de Pontal do Paraná, referentes ao segundo objetivo específico da pesquisa.

Foram validados e analisados 27 (vinte e sete) questionários de perfil socioeconômico e 20 (vinte) questionários de características de comportamento

empreendedor cujos resultados serão apresentados em duas seções respectivamente.

#### 4.2.1 Perfil Socioeconômico dos vendedores ambulantes

Responderam ao questionário de perfil socioeconômico um total de 10 (dez) homens e 17 (dezesete) mulheres, com idades entre 18 (dezoito) e 80 (oitenta) anos (GRÁFICO 1).

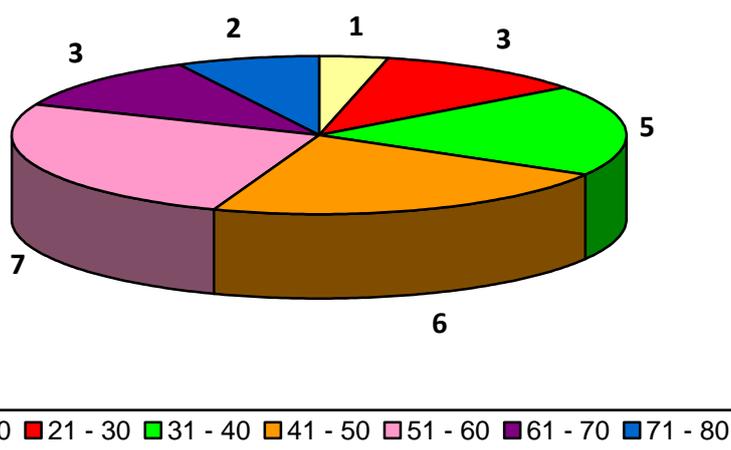


GRÁFICO 1 – IDADE DOS VENDEDORES AMBULANTES  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Observa-se que um total de 18 (dezoito) respondentes apresentaram idades no intervalo 31 (trinta e um) a 60 (sessenta) anos, representando expressividade entre os entrevistados.

O estado civil dos vendedores ambulantes participantes pode ser observado no GRÁFICO 2.

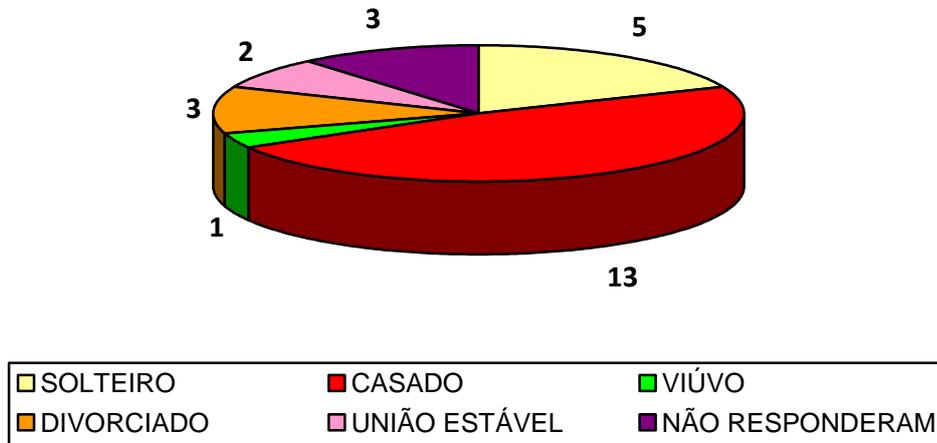


GRÁFICO 2 – ESTADO CIVIL DE VENDEDORES AMBULANTE  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Destaca-se que um total de 13 (treze) respondentes declararam estar casados, seguidos de 5 (cinco) que declararam estar solteiros.

Dentre os respondentes, 22 (vinte e dois) afirmaram ter filhos e 5 (cinco) responderam que não têm filhos.

Os balneários de Pontal do Paraná onde os vendedores ambulantes residem, pode ser visualizado no GRÁFICO 3.

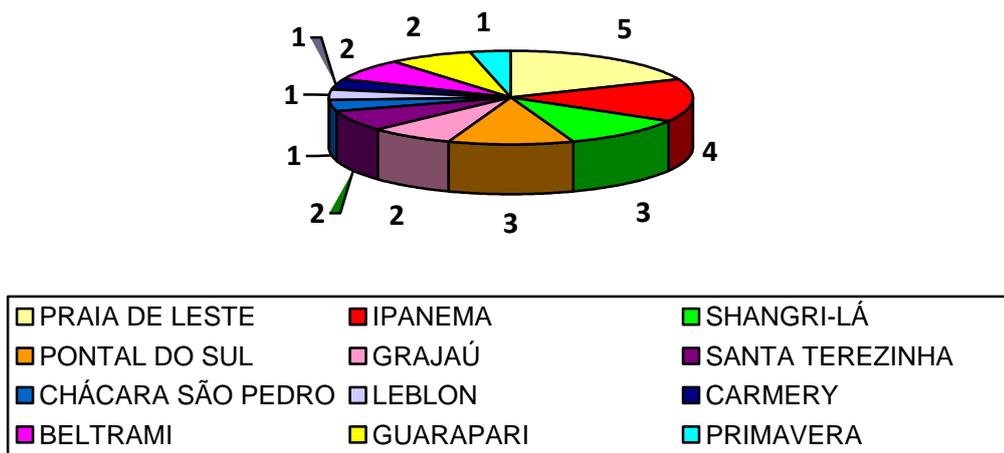


GRÁFICO 3 – BALNEÁRIOS ONDE MORAM OS VENDEDORES AMBULANTES  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Observa-se que foi identificada heterogeneidade quanto ao balneário de residência dos vendedores ambulantes que participaram da pesquisa.

Quando questionados quanto às suas cidades de origem, coube destaque à cidade de Curitiba, indicada como cidade de origem por 7 (sete) dos respondentes. O Município de Paranaguá foi indicado como cidade de origem por 3 (três) respondentes. O Município de Colombo, localizado na região metropolitana da capital do Estado do Paraná, Curitiba, foi indicado como cidade de origem por 2 (dois) respondentes.

Os seguintes municípios e estados foram indicados como cidade de origem por um respondente cada: Minas Gerais, Rondon/PR, Pato Branco/PR, Lisboa/Portugal, Porto Alegre/RS, Rio do Sul/SC, Lajinha/MG, Faxinal do Céu/PR, Minador do Negrão/AL, Morretes/PR, Três Passos/RS, Alagoas, Jaboti/PR, Ibaiti/PR.

Nota-se expressividade de respondentes de origem de cidades do Estado do Paraná, bem como, pode-se observar que a maioria dos respondentes tem origem nos Estados do Sul do Brasil: Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Um dos respondentes do questionário sobre o perfil socioeconômico não respondeu a essa questão. O tempo de residência dos entrevistados no município de Pontal do Paraná, pode ser observado no GRÁFICO 4.

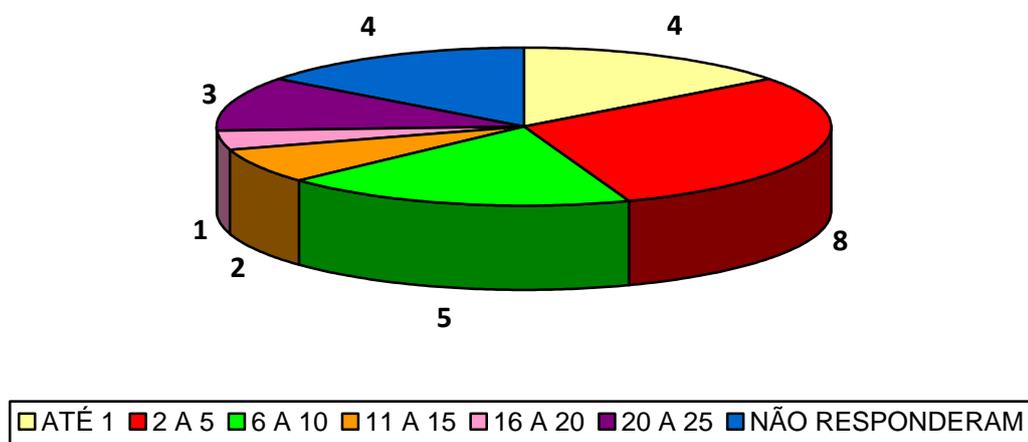


GRÁFICO 4 – TEMPO DE RESIDÊNCIA DE VENDEDORES AMBULANTES EM PONTAL DO PARANÁ  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Pode-se observar que 17 (dezesete) dos respondentes moram em Pontal do Paraná por um período de tempo de até 10 (dez) anos.

A escolaridade dos respondentes pode ser visualizada no GRÁFICO 5.

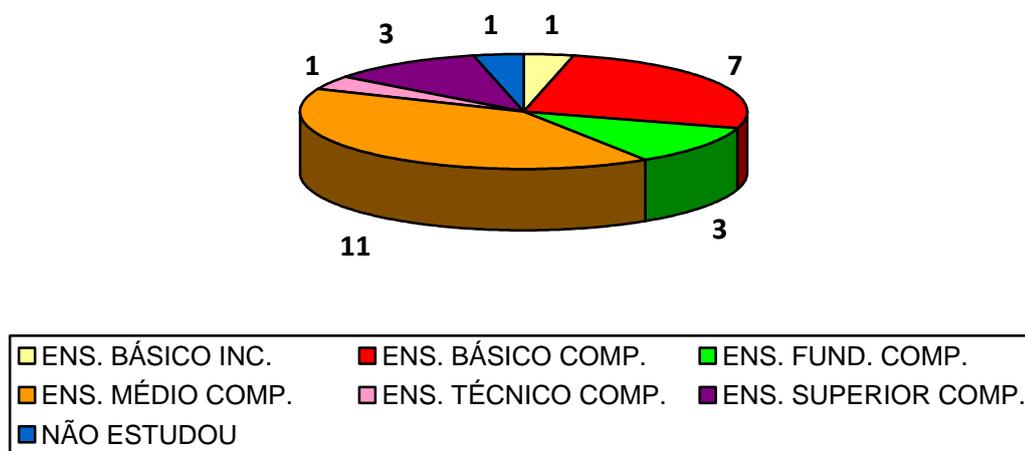


GRÁFICO 5 – ESCOLARIDADE DE VENDEDORES AMBULANTES DE PONTAL DO PARANÁ  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Observa-se que 11 (onze) vendedores ambulantes respondentes concluíram o Ensino Médio. Por outro lado, 8 (oito) apresentaram baixo grau de escolaridade, visto que 7 (sete) dos respondentes afirmaram ter estudado até a conclusão do Ensino Básico e 1 (um) declarou não ter estudado.

Na sequência, os respondentes foram questionados quanto à profissão de seus pais. Um total de 14 (quatorze) participantes não responderam a essa questão. A profissão do pai foi respondida por 13 (treze) respondentes. A profissão de lavrador foi indicada por 4 (quatro) respondentes. Dois respondentes indicaram a profissão de policial militar.

As seguintes profissões foram apontadas por um respondente, cada uma: agricultor, auxiliar de serviços gerais, funcionário público, gari, farmacêutico, caminhoneiro e pedreiro. Quanto à profissão da mãe, obteve-se resposta de 13 (respondentes). Cabe destaque à ocupação de dona do lar, indicada por 6 (seis) respondentes. As profissões a seguir foram indicadas por um respondente, cada uma: lavradora, agricultora, costureira, técnica em enfermagem, zeladora, empregada doméstica e funcionária pública.

Os participantes da pesquisa foram questionados sobre a razão que os levou à decisão de atuarem na atividade comercial turística de vendedor ambulante. Nessa questão ofereceram-se opções de respostas. Os resultados podem ser observados no GRÁFICO 6.

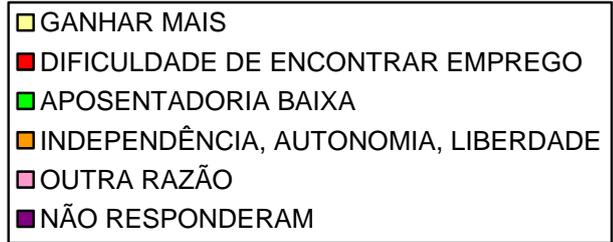
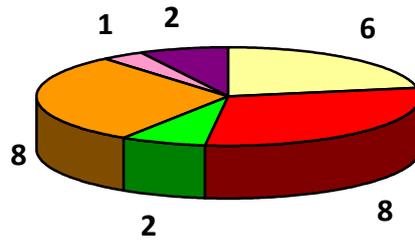


GRÁFICO 6 – RAZÕES PARA TRABALHAR COMO VENDEDOR AMBULANTE  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Destaca-se que as razões que foram mais apontadas como motivadoras para trabalhar como vendedor ambulante foram “independência, autonomia, liberdade” e “dificuldade de encontrar emprego”, indicadas por 8 (oito) respondentes cada. Seguidas por “ganhar mais”, indicada por 6 (seis) respondentes. A razão adicional mencionada por um dos respondentes foi ajudar um familiar.

O tempo de trabalho como vendedor ambulante dos respondentes pode ser observado no GRÁFICO 7.

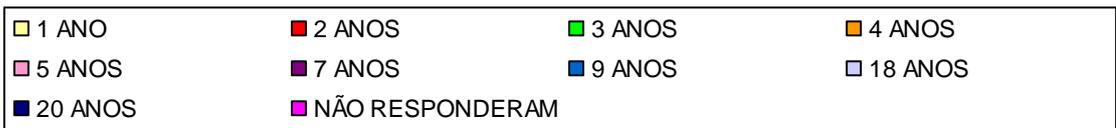
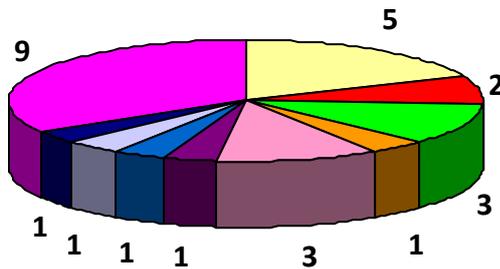


GRÁFICO 7 – TEMPO DE TRABALHO COMO VENDEDOR AMBULANTE  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Observa-se que 14 (quatorze) dos respondentes trabalham como vendedor ambulante a até 5 (cinco) anos. Dentre os demais pesquisados, um total de 9 (nove) respondentes não indicaram o tempo que trabalham como vendedor ambulante em Pontal do Paraná.

Todos os 27 (vinte e sete) respondentes afirmaram já terem trabalhado em outra atividade. Quando perguntados qual havia sido seu último emprego, antes de trabalhar como vendedor ambulante, um total de 17 (dezesete) pesquisados responderam.

Dois indicaram terem trabalhado como auxiliar de serviços gerais. Cada uma das demais ocupações foi indicada por um pesquisado: cobrador de ônibus, coletor de reciclados, agricultor, funcionário público, vendedora, montador cenográfico, cozinheiro, impressor *off set*, auxiliar de cozinha, técnico em enfermagem, analista de comunicação, vendedor de calçados, professor, motorista, mestre de obras.

Dos 27 (vinte e sete) vendedores ambulantes que participaram dessa etapa da pesquisa, 23 (vinte e três) afirmaram já ter trabalhado com carteira assinada. Três respondentes indicaram que nunca tiveram carteira assinada e um pesquisado não respondeu a essa questão.

Quando perguntados se o trabalho como vendedor ambulante era seu único emprego, 18 (dezoito) indicaram que sim. Sete respondentes afirmaram ter outro emprego, sendo que 5 (cinco) indicaram sua outra atividade: auxiliar de cozinha e serviços gerais, coletor de reciclados, costureira, motorista, mestre de obras. Essa pergunta não foi respondida por 2 (dois) pesquisados.

No que se refere à busca por outro emprego atualmente, 6 (seis) respondentes afirmaram estar buscando outra ocupação. 19 (dezenove) pesquisados indicaram não buscar outro emprego e 2 (dois) não responderam tal questionamento.

Os setores onde os respondentes trabalham como vendedores ambulantes, podem ser observados no GRÁFICO 8.

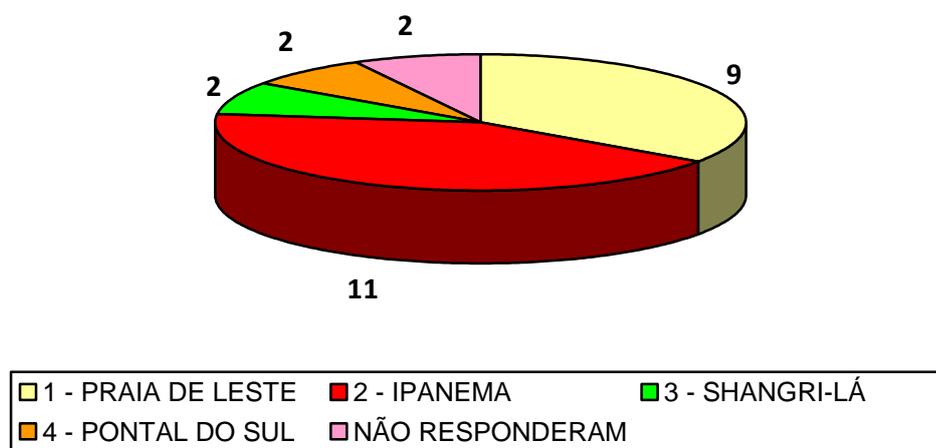


GRÁFICO 8 – SETORES DE TRABALHO DOS VENDEDORES AMBULANTES  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Observa-se que a maioria dos vendedores ambulantes que responderam o questionário socioeconômico trabalham nos Setores 1 - Praia de Leste (9 respondentes) e 2 - Ipanema (11 respondentes). Cabe mencionar aqui que na ocasião da aplicação do referido questionário, durante a palestra sobre Vigilância à Saúde, realizada pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica na sede da AVAPAR, estavam presentes os vendedores ambulantes predominantemente dos Setores 1 e 2, visto que a referida palestra acontece em várias datas, devido ao número de vendedores ambulantes que atuam por ano, e em cada data são convocados vendedores ambulantes de setores diferentes.

Ao perguntar sobre os períodos em que os vendedores ambulantes costumam trabalhar (GRÁFICO 9), foram oferecidas alternativas de respostas onde os respondentes poderiam escolher mais de uma alternativa.

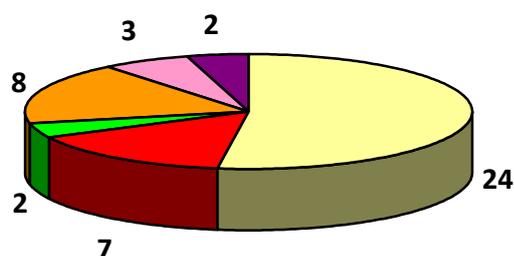


GRÁFICO 9 – PERÍODOS DE TRABALHO DOS VENDEDORES AMBULANTES  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Observa-se que os respondentes costumam trabalhar principalmente no período de temporada de verão. Sendo que esta opção de resposta foi indicada por 24 (vinte e quatro) dos 27 (vinte e sete) respondentes.

A quantidade de horas que os vendedores ambulantes respondentes da pesquisa trabalham por dia pode ser observada no GRÁFICO 10.

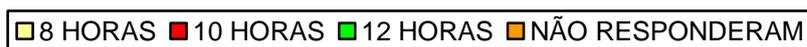
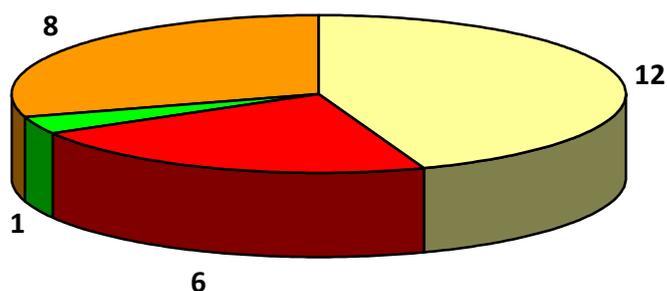


GRÁFICO 10 – HORAS DIÁRIAS TRABALHADAS PELOS VENDEDORES AMBULANTES  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Observa-se que 12 (doze) respondentes afirmaram trabalhar 8 (oito) horas por dia, o que é considerado como adequado conforme as normas vigentes no país.

Dos vendedores ambulantes pesquisados, 22 (vinte e dois) indicaram que trabalham por conta própria, enquanto 3 (três) respondentes indicaram que são empregados de alguém como vendedores ambulantes. Os outros 3 (três) pesquisados, não responderam à essa questão.

Com relação à contribuição para a previdência social de maneira autônoma, 7 (sete) dos vendedores ambulantes pesquisados afirmaram contribuir, 17 (dezesete) afirmaram não contribuir e 3 (três) não responderam à esse questionamento.

Os pesquisados foram interrogados se gostariam de mudar do trabalho de vendedor ambulante para um emprego com carteira assinada e foram convidados a justificar seus motivos. Oito respondentes alegaram que gostariam de mudar para um emprego com carteira assinada. Segurança financeira foi o motivo indicado por 5 (cinco) respondentes.

Os outros motivos foram citados cada um por um respondente: para ter estabilidade; pelos benefícios; para exercer profissão. Por outro lado, 14 (quatorze) pesquisados indicaram que não gostariam de mudar para um trabalho com carteira assinada. Os motivos foram indicados por três respondentes: salário é baixo; gosta de ter negócio próprio; gosta de ser vendedor ambulante. Os outros 7 (sete) pesquisados, não responderam à essa pergunta.

Os produtos comercializados pelos vendedores ambulantes participantes dessa etapa da pesquisa podem ser observados no GRÁFICO 11.

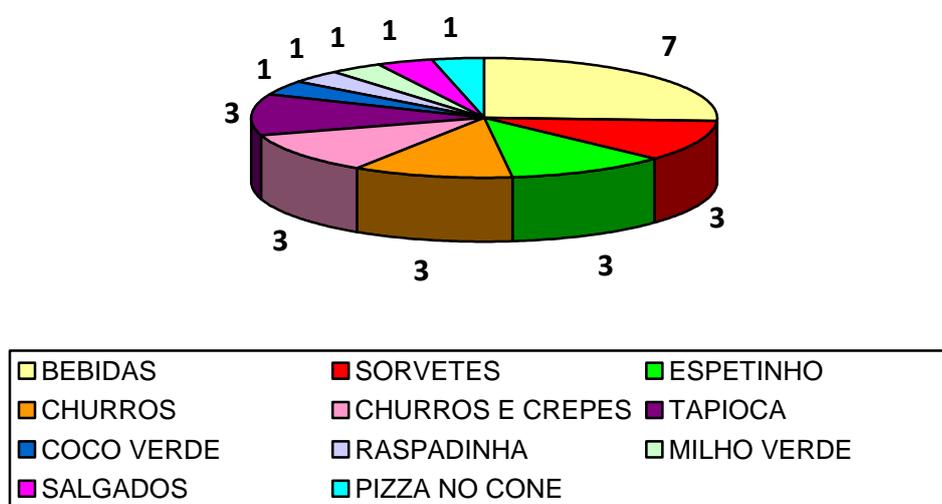


GRÁFICO 11 – PRODUTOS COMERCIALIZADOS PELOS VENDEDORES AMBULANTES  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Apresentou-se diversidade dos produtos comercializados pelos respondentes da pesquisa. Cabe lembrar, que os vendedores ambulantes definem os produtos que irão comercializar no momento do cadastro na AVAPAR e de acordo com as vagas disponíveis para cada setor e produto.

Os municípios onde os vendedores ambulantes de Pontal do Paraná adquirem seus produtos para comercialização foram respondidos pelos pesquisados e podem ser visualizados no GRÁFICO 12.

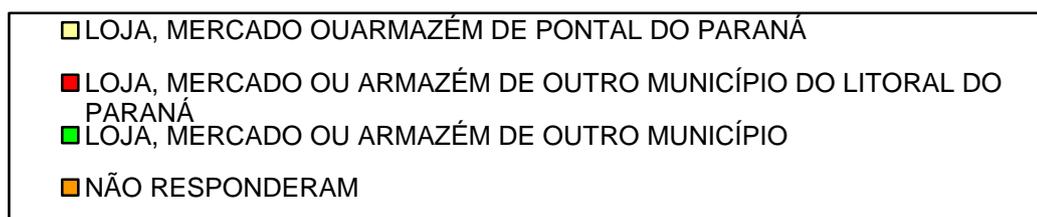
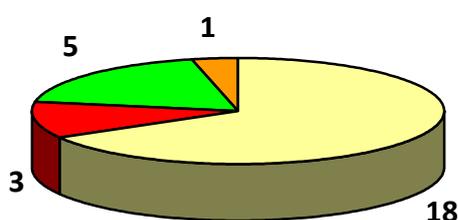


GRÁFICO 12 – LOCAL DE AQUISIÇÃO DE PRODUTOS PELOS VENDEDORES AMBULANTES  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Destaca-se que 18 (dezoito) vendedores ambulantes que participaram da pesquisa indicaram adquirir seus produtos para comercialização no Município de Pontal do Paraná, onde residem e desenvolvem suas atividades de trabalho. Os 3 (três) respondentes que indicaram adquirir seus produtos em outro município do Litoral do Paraná, indicaram o município de Paranaguá e dos 5 (cinco) pesquisados que indicaram tal aquisição em outro município, 3 (três) citaram o Município de Curitiba e os outros 2 (dois), o Município de Colombo. Um dos pesquisados não respondeu a essa questão.

A forma de obtenção dos produtos também foi questionada aos respondentes. Os resultados podem ser vistos no GRÁFICO 13.

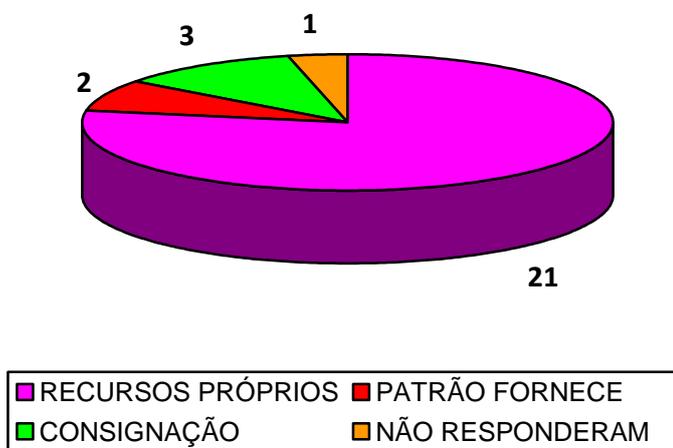


GRÁFICO 13 – OBTENÇÃO DOS PRODUTOS PELOS VENDEDORES AMBULANTES  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Observa-se que um total de 21 (vinte e um) respondentes mencionaram obter os produtos com recursos próprios.

Os valores de retornos financeiros diário, semanal, mensal e por temporada dos vendedores ambulantes foi questionado. O retorno financeiro diário foi respondido por 5 (cinco) pesquisados, sendo que dois indicaram o valor de R\$500,00; um indicou R\$50,00; um indicou R\$100,00 e um indicou R\$150,00. O retorno financeiro semanal foi respondido por 2 (dois) pesquisados. Os valores mencionados foram: R\$250,00 e R\$350,00. Um respondente indicou o retorno financeiro mensal. O valor mencionado foi R\$788,00. Quatro pesquisados indicaram os valores de retorno financeiro por temporada. Dois citaram R\$ 4mil; um citou R\$ 2,5 mil e o outro R\$ 9 mil. Essa questão não foi respondida por 22 (vinte e dois) pesquisados quanto ao retorno diário; por 25 (vinte e cinco) respondentes quanto ao retorno semanal; por 26 (vinte e seis) respondentes quanto ao retorno mensal e por 23 (vinte e três) respondentes quanto ao retorno por temporada. Infere-se aqui que a ausência de resposta para essa questão por boa parte dos empreendedores, pode ter consequência na ausência de controle financeiro dos empreendimentos dos vendedores ambulantes.

#### 4.2.2 Características de comportamento empreendedor dos vendedores ambulantes

As pontuações totais obtidas pelos vendedores ambulantes nas características de comportamento empreendedor foram organizadas por intervalos na TABELA 5.

TABELA 5 – PONTUAÇÃO TOTAL DOS VENDEDORES AMBULANTES DIVIDIDAS EM INTERVALOS

INTERVALOS DE PONTUAÇÃO	NÚMERO DE RESPONDENTES
151 – 175	2
176 – 200	6
201 – 225	9
226 - 250	3
TOTAL	20

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

De um total de 250 (duzentos e cinquenta) pontos possíveis de serem alcançados pelos respondentes, conforme a metodologia escolhida, os vendedores ambulantes respondentes atingiram uma pontuação média de 205, 6 pontos. Verifica-se que mais da metade dos respondentes, 12 (doze) atingiram uma pontuação superior a 201 (duzentos e um) pontos. Verifica-se ainda que 2 (dois) dos respondentes tiveram uma pontuação de até 175 (cento e setenta e cinco) pontos, ou seja, os demais 18 (dezoito) empreendedores obtiveram pontuações consideradas como altas.

As pontuações mínima, máxima e média para cada uma das características de comportamento empreendedor, dos vendedores ambulantes que responderam o questionário elaborado por McClelland foram calculadas e organizadas na TABELA 6.

TABELA 6 – CARACTERÍSTICAS DE COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DE VENDEDORES AMBULANTES (EM NÚMEROS ABSOLUTOS)

CCE	PONTUAÇÕES OBTIDAS		
	MÍNIMA	MÁXIMA	MÉDIA
Busca de oportunidades e iniciativa	10	24	18,80
Persistência	14	23	19,05
Comprometimento	15	25	19,95
Exigência de qualidade e eficiência	10	24	18,45
Correr riscos calculados	14	21	17,50
Estabelecimento de metas	9	25	20,60
Busca de informações	13	22	18,90
Planejamento e monitoramento sistemáticos	11	21	17,60
Persuasão e rede de contatos	8	21	15,35
Independência e autoconfiança	17	25	21,50

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Analisa-se que as médias obtidas para as características foram altas, visto que a pontuação máxima que se poderia alcançar em cada uma das características era de 25 (vinte e cinco) pontos. No entanto cabe destacar que as pontuações obtidas pelos pesquisados foram consideradas como heterogêneas, já que foi identificada variação de pelo menos 7 (sete) pontos entre as pontuações mínimas e máximas obtidas para cada uma das características.

As pontuações referentes a cada um dos conjuntos de características de comportamento empreendedor: realização, planejamento e poder foram calculadas e organizadas na TABELA 7.

TABELA 7 – CARACTERÍSTICAS DE COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DE VENDEDORES AMBULANTES POR CONJUNTO (EM NÚMEROS MÉDIOS ABSOLUTOS)

CONJUNTO DE CCEs	MÉDIA
Conjunto de Realização	18,75
Conjunto de Planejamento	19,03
Conjunto de Poder	18,43

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

As pontuações obtidas para os três conjuntos de características de comportamento empreendedor foram próximas. A diferença entre a média do conjunto de planejamento, que apresentou a maior pontuação (19,03 pontos), e do conjunto de poder, que apresentou a menor pontuação (18,43 pontos), foi de menos de um ponto, não sendo considerada como significativa.

### 4.3 Processo de criação de empreendimentos dos vendedores ambulantes de Pontal do Paraná

Foram entrevistados seis vendedores ambulantes sobre os aspectos do processo de criação de empreendimentos. Das seis entrevistas realizadas, três foram realizadas face a face, uma na sede da AVAPAR e as outras duas nas residências dos entrevistados; e as outras três foram realizadas por telefone. As entrevistas realizadas face a face tiveram duração média de uma hora e as entrevistas realizadas por telefone, tiveram duração média de 30 minutos. As entrevistas realizadas foram gravadas e transcritas.

A transcrição das entrevistas pode ser visualizada no APÊNDICE 1. Na sequência, serão apresentadas as respectivas análises.

Segundo a abordagem *Effectuation* os empreendedores utilizam-se dos recursos disponíveis para desenvolver seus empreendimentos na fase inicial de seus negócios, ou seja, a lógica do controle é muito explorada. Os recursos disponíveis aos empreendedores, segundo a lógica *effectual*, são “Quem são?”, “O que eles conhecem?” e “Quem eles conhecem?”.

Os recursos disponíveis aos empreendedores entrevistados no início de seus trabalhos como vendedores ambulantes foram organizados em QUADROS. Nos QUADROS 8 e 9 podem ser observados os recursos disponíveis aos empreendedores a partir de Quem eles são?

CONTROLE DE RECURSOS: QUEM ELES SÃO? – 1								
Infor man te	Sexo	Idad e	Est. Civil	Filhos	Escolaridade	Cidade origem	Ano que mudou para Pontal	Balneário onde mora
I-1	Masc	62	Casado	2	Ens. Méd. Inc.	Guarapuava - PR	1997	Ipanema
I-2	Masc	52	Casado	2	Ens. Méd. Comp.	Cafelândia – PR	1999	Praia de Leste
I-3	Masc	44	Solteiro	0	Ens. Méd. Comp.	Borrazópolis	2001	Ipanema
I-4	Fem	38	Casada	2	Ens. Méd. Comp.	Paranaguá – PR	2007	Pontal do Sul
I-5	Fem	58	Casada	5	Ens. Méd. Inc.	Rondon – PR	2013	Ipanema
I-6	Masc	40	Casado	1	Ens. Bás. Inc.	Estado de Sergipe	2001	Shangri-lá

QUADRO 8 – CONTROLE DE RECURSOS: QUEM ELES SÃO? - 1  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Dos empreendedores entrevistados, quatro são do sexo masculino e dois do sexo feminino, tem idades entre 38 e 62 anos. Cinco são casados e têm filhos e um é solteiro e não tem filhos. Três dos entrevistados estudaram Ensino Médio Completo, dois Ensino Médio Incompleto e um Ensino Básico Incompleto. Cinco informantes são naturais de cidades do Paraná: Guarapuava, Cafelândia e Borrazópolis, Paranaguá e Rondon e um é natural do Estado do Sergipe. Observa-se que o fato dos entrevistados não serem naturais do Município de Pontal do Paraná, nos adverte ao fluxo de imigrantes no Litoral do Paraná (MOURA E WERNECK, 2000).

Os anos de chegada em Pontal do Paraná dos empreendedores entrevistados foram 1997, 1999, 2007, 2013 e dois em 2001. Dois dos entrevistados residem no Balneário Ipanema, um no Balneário Praia de Leste, um no Balneário Shangri-lá e um no Balneário Pontal do Sul.

<b>CONTROLE DE RECURSOS: QUEM ELES SÃO? - 2</b>			
<b>Informante</b>	<b>Motivos que levaram a morar em Pontal do PR</b>	<b>Ocupação dos Pais</b>	<b>Empreendedor na família</b>
I-1	Qualidade de vida, clima, não ter que pagar aluguel, mais tranquilo para criar os filhos.	Pai – garçom; Mãe – do lar	Não
I-2	Falência de empresa familiar na cidade de origem.	Agricultores e empreendedores familiares	Sim, os pais.
I-3	Morar com a irmã, após o falecimento da mãe.	Agricultores	Não
I-4	Casamento	Mãe – do lar; Pai – pescador.	Não
I-5	Recomendações médicas para o marido	Mãe – do lar; Pai – madeireiro.	Sim, cunhada, irmão e filho.
I-6	Divórcio da primeira esposa	Agricultores	Não

QUADRO 9- CONTROLE DE RECURSOS: QUEM ELES SÃO? – 2

FONTES: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Os motivos que levaram os entrevistados a morarem em Pontal do Paraná, diferiram. Um deles apontou a qualidade de vida, o clima, não tem que pagar aluguel e por ser mais tranquilo pra criar os filhos, outro apontou a falência de empresa familiar na cidade de origem como motivo para se mudar para Pontal do Paraná, outro para morar com a irmã após o falecimento da mãe. Uma indicou como motivo o casamento, uma indicou que se mudou para Pontal do Paraná por recomendações médicas para seu marido e um indicou como motivo para mudança para Pontal do Paraná, o divórcio da primeira esposa.

Os pais dos entrevistados tinham as seguintes ocupações: do primeiro entrevistado, o pai era garçom e a mãe era do lar; os pais do segundo, terceiro e do sexto informantes foram agricultores e posteriormente, os pais do segundo entrevistado foram empreendedores familiares; as mães da quarta e da quinta entrevistadas eram do lar, o pai da quarta entrevistada era pescador e o pai da quinta entrevistada era madeireiro. Dois dos empreendedores entrevistados afirmaram ter casos de empreendedores na família: o informante 2 que teve uma empresa familiar com os pais e a informante 5, que têm como empreendedores em sua família, a cunhada, o irmão e o filho.

Dois dos entrevistados corroboram com o que aponta Dolabela (2008) que o empreendedor é um ser cultural, onde pode ser incentivado ou influenciado a empreender.

Os recursos disponíveis aos empreendedores entrevistados relacionados a “O que eles conhecem?” foram organizados no QUADRO 10.

<b>CONTROLE DE RECURSOS: O QUE ELES CONHECEM?</b>			
<b>Informante</b>	<b>Experiência Profissional</b>	<b>Tem outra atividade remunerada ou fonte de renda?</b>	<b>Treinamentos realizados</b>
I-1	Farmácia, garçom e exército	É aposentado	Vigilância à Saúde; aproveitamento dos resíduos do coco; panificação, capelania evangélica e atendimento ao turista.
I-2	Agricultor e empreendedor em empresa familiar	É funcionário público, onde trabalha como motorista de van escolar; trabalha como garçom em restaurantes e como segurança em danceteria.	Vigilância à Saúde.
I-3	Pedreiro, jardineiro, encanador e reparos em geral	Pedreiro	Vigilância à Saúde.
I-4	Auxiliar de serviços gerais e cozinheira.	Auxiliar de serviços gerais em empresa de Pontal do Paraná.	Vigilância à Saúde.
I-5	Proprietária de restaurantes e lanchonete.	Venda de salgados para festas.	Cozinheira e Vigilância à Saúde.
I-6	Vendedor ambulante em Salvador e adestrador de cães.	Pedreiro.	Armador de ferragens e Vigilância à Saúde.

QUADRO 10 – CONTROLE DE RECURSOS – O QUE ELES CONHECEM?  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Com relação à experiência profissional dos empreendedores entrevistados, três deles já tinham experiência como empreendedor, sendo que um deles já havia desenvolvido atividades como vendedor ambulante em outra região. As experiências indicadas pelos empreendedores foram distintas, como: farmácia, garçom, trabalho no exército, pedreiro, jardineiro, encanador, reparos em geral, auxiliar de serviços gerais, cozinheira e adestrador de cães. Observa-se a tendência em empreender utilizando-se conhecimentos técnicos e experiência empreendedora adquirido anteriormente, reduzindo riscos para o empreendimento.

Todos os informantes afirmaram ter outra fonte de renda ou trabalho remunerado que conciliam com as atividades de vendedor ambulante. As atividades ou fontes de rendas mencionadas pelos empreendedores foram: aposentadoria, motorista de van escolar (funcionário público), garçom, segurança, pedreiro, auxiliar de serviços gerais, venda de salgados para festas.

Quanto aos treinamentos, cursos e capacitações realizados, todos os informantes afirmaram ter efetivado o treinamento de Vigilância à Saúde realizado pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica na sede da AVAPAR. Três informantes mencionaram ter realizado ainda os seguintes cursos: aproveitamento do resíduo do coco, panificação, capelania evangélica e atendimento ao turista; cozinheira e armador de ferragens.

Os recursos disponíveis aos empreendedores entrevistados relacionados a “Quem eles conhecem?” foram organizados no QUADRO 11.

<b>CONTROLE DE RECURSOS: QUEM ELES CONHECEM?</b>			
<b>Informante</b>	<b>Parcerias</b>	<b>Cooperação versus Competição</b>	<b>Fornecedores</b>
I-1	Possui 11 carrinhos. Ajuda pessoas interessadas em trabalhar como vendedor ambulante pagando as taxas para emissão da licença, fornecendo o carrinho e os produtos para comercialização.	Cooperação	Distribuidores de bebidas de Pontal do PR
I-2	Consignação dos produtos	Cooperação	Distribuidor de bebidas de Pontal do PR
I-3	Taxas para emissão da licença pagas pelo ambulante com quem trabalha; carrinho emprestado e produtos em consignação.	Cooperação	Distribuidor de bebidas em Pontal do PR
I-4	Consignação dos produtos	Cooperação	Distribuidor de Pontal do PR
I-5	Fidelidade com mercado do município, onde recebe desconto.	Cooperação	Primeiro – Curitiba; Atual – Pontal do Paraná.
I-6	Não realiza parcerias	Competição	Distribuidor de SC que entrega diariamente o produto em sua casa.

QUADRO 11 – CONTROLE DE RECURSOS: QUEM ELES CONHECEM?  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Sobre o item de Controle de Recursos, Quem eles conhecem, ficou evidente a realização de alianças estratégicas, apontada por Sarasvathy (2001a, 2001b) como de fundamental importância para empreendedores no processo de criação de empreendimentos Effectuation. As alianças estratégicas são evidenciadas pela realização de parcerias pelos empreendedores informantes, ação realizada no início das atividades e que se estende até o período de temporada de verão 2015/2016 (atual). A realização de alianças estratégicas estimula a cooperação entre os vendedores ambulantes e *stakeholders*, outro elemento identificado a partir das entrevistas com os informantes, e que contribui para eliminar e reduzir incertezas e construir barreiras que reduzam a competição desta atividade comercial turística.

Os fornecedores de cinco informantes são do município de Pontal do Paraná. A aquisição de produtos para comercialização pelos vendedores ambulantes em Pontal do Paraná contribui para o giro de capital no município e para o crescimento de empreendimentos formais locais.

A clareza de objetivos iniciais dos vendedores ambulantes pode ser observada no QUADRO 12.

CLAREZA DE OBJETIVOS INICIAIS				
Informante	Ano início atividades como ambulante	Info. ou conhec. sobre a atividade	Início das atividades	Produtos e horário de trabalho
I-1	1997	Não	Observou que haviam poucos vendedores ambulantes trabalhando no balneário onde morava.	Bebidas – fácil manipulação. Trabalha durante a temporada de verão.
I-2	1999	Não	Oferta de uma licença para trabalhar como vendedor ambulante.	Bebidas – fácil manipulação. Trabalha na temporada de verão, alguns finais de semana durante o ano e na noite de virada de ano.
I-3	2015	Sim	Foi incentivado pelo vendedor ambulante com quem trabalha.	Bebidas – fácil manipulação. Temporada de verão até a Páscoa.
I-4	2015	Sim	Atividade temporária; baixo investimento; conciliação com outro trabalho.	Coco verde – produto popular; Finais de semana durante a temporada.
I-5	2015	Sim	Turismo	Espetinho – praticidade; Quinta a sábado durante a temporada.
I-6	2003	Sim	Experiência na atividade	Milho verde – praticidade; Do Feriado de Sete de Setembro até a Páscoa

QUADRO 12 – CLAREZA DE OBJETIVOS INICIAIS  
 FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Observa-se que três dos informantes iniciaram as atividades como vendedor ambulante no ano de 2015, sendo sua primeira temporada de atividades. Os outros três entrevistados iniciaram suas atividades nos anos 1997, 1999 e 2003.

Dois dos informantes entrevistados indicaram que não tinham nenhuma informação ou conhecimento sobre a atividade de vendedor ambulante em Pontal do Paraná. Estas afirmações corroboram com Sarasvathy (2001a, 2001b) que diz que no *Effectuation*, os empreendedores iniciam suas atividades com os recursos disponíveis e então passam a divulgar seu projeto para outras pessoas com o intuito de receber retornos de como proceder com ações que eles poderiam realizar, ou mesmo, fazer parcerias.

Os motivos que levaram os empreendedores a desenvolverem atividades como vendedores ambulantes, ao ver tal atividade como uma possibilidade de obtenção de renda diferiram. Como apontado por Cruz (2014), no empreendedorismo informal, assim como no empreendedorismo formal, pode-se empreender por oportunidade ou necessidade. No caso dos entrevistados, a necessidade fica mais evidente nos Informantes 2 e 4. Nos demais informantes, existe a necessidade de empreender por complementação de renda, no entanto, os informantes identificaram na atividade de vendedor ambulante uma oportunidade, visto que poderiam complementar suas rendas a partir de outra atividade. O caso do Empreendedor 1 é o mais evidente de oportunidade, ou de ter transformado o que seria uma necessidade em oportunidade, pois conforme este informante, ele possui 11 carrinhos e auxilia pessoas a iniciarem suas atividades como vendedores ambulantes onde recebe uma porcentagem do lucro das vendas como forma de pagamento.

Referente aos produtos comercializados pelos vendedores ambulantes, cinco dos informantes levam a praticidade de manipulação do produto no momento de entrega ao cliente na praia em consideração no momento de sua escolha. Assim, quanto menor a manipulação, maior a preferência pelo produto. Uma das entrevistadas escolhe o produto a partir da opinião própria com relação à popularidade dos produtos entre os turistas, escolhendo o produto que segundo ela, é o mais popular ou um dos mais populares.

O período em que os informantes desenvolvem atividades se constitui, principalmente, no período de temporada de veraneio, feriados e alguns finais de semana quando há fluxo de turistas no município de Pontal do Paraná.

As informações referentes à tolerância às perdas e investimentos iniciais foram organizadas no QUADRO 13.

<b>TOLERÂNCIA ÀS PERDAS E INVESTIMENTOS INICIAIS</b>			
<b>Informante</b>	<b>Investimento inicial</b>	<b>Recuperação investimento inicial</b>	<b>Realiza controle financeiro</b>
I-1	Recursos próprios	Primeira temporada	Tem noção de seus gastos
I-2	Recursos próprios	Primeira temporada	Sim, utilizando planilhas em caderno.
I-3	Não teve.	---	Não considera necessário.
I-4	Recursos próprios	Primeiros dias de atividade	Anota o lucro diário.
I-5	Recursos próprios	Primeiros dias de atividade	Tem noção de seus gastos e lucro.
I-6	Recursos próprios	Primeiros dias de atividade	Tem noção do lucro diário.

QUADRO 13 – TOLERÂNCIA ÀS PERDAS E INVESTIMENTOS INICIAIS

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

O informante 3 não realizou investimento inicial, pois contou com parcerias diversas para começar as atividades de vendedor ambulante. Este informante não considera necessário ter controle financeiro da atividade de vendedor ambulante.

Os outros cinco informantes iniciaram as atividades como vendedores ambulantes com recursos próprios e afirmaram ter recuperado o investimento inicial na primeira temporada de atividades. Dentre estes, o informante 2 realiza controle financeiro através de planilhas em um caderno e os demais informantes tem noção de seus gastos e/ou lucros.

As informações referentes à alavancagem sobre contingências – surpresas e dificuldades iniciais foram organizadas nos QUADROS 14 e 15.

<b>ALAVANCAGEM SOBRE CONTINGÊNCIAS – SURPRESAS E DIFICULDADES INICIAIS (1)</b>			
<b>Informante</b>	<b>Surpresas e dificuldades</b>	<b>Produtos mais comprados pelos turistas</b>	<b>Principais reclamações dos turistas</b>
I-1	Enfrentar o calor; colocar e tirar o carrinho da praia.	Todos	Qualidade do produto
I-2	Exposição ao sol; colocar e tirar o carrinho da praia; cooperação entre os ambulantes; troco em dinheiro.	Todos	Qualidade do produto
I-3	Calor; troco em dinheiro; colocar e tirar o carrinho da praia.	Bebidas	Qualidade do produto e a falta de atenção com os turistas
I-4	Calor	Coco verde e bebidas	Qualidade do produto
I-5	Aprender a usar o carrinho	Pastel	Preço alto
I-6	Transporte dos produtos de distribuidor até sua residência	Alimentos, como: milho verde, pamonha e pastel.	Preço alto

QUADRO 14 – ALAVANCAGEM SOBRE CONTINGÊNCIAS – SURPRESAS E DIFICULDADES INICIAIS (1)

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

As principais dificuldades enfrentadas pelos vendedores ambulantes durante a atividade são o calor e exposição solar, colocar e tirar o carrinho da praia devido ao seu peso, troca em dinheiro, colaboração entre os ambulantes, aprender a usar o carrinho e transporte dos produtos devido ao peso.

Os informantes 1 e 2 indicaram que todos os produtos comercializados pelos vendedores ambulantes são aceitos pelos turistas, não existindo um produto que seja mais comprado que os outros. Os demais informantes apontaram que os produtos mais comprados pelos turistas são: bebidas, coco verde, milho verde, pamonha e pastel. Cabe destacar que dentre produtos os citados por estes informantes como os mais comprados pelos turistas, apenas o pastel não é comercializado pelo informante que o citou. Os demais informantes indicaram seus próprios produtos.

As principais reclamações dos turistas quanto aos produtos comercializados pelos vendedores ambulantes se referem à qualidade do produto e ao preço considerado como alto.

<b>ALAVANCAGEM SOBRE CONTINGÊNCIAS – SURPRESAS E DIFICULDADES INICIAIS (2)</b>			
<b>Informante</b>	<b>O que espera para o futuro do turismo em Pontal do Paraná</b>	<b>Futuro da atividade de vendedor ambulante no município</b>	<b>Futuro profissional: perspectivas</b>
I-1	Que o turismo melhore e que a Prefeitura Municipal realize investimentos na orla marítima.	Tem medo que a atividade de vendedor ambulante deixe de existir devido à implantação de quiosques na praia.	Aposentadoria
I-2	Que o poder público realize investimentos na orla marítima.	Tem medo que a atividade de vendedor ambulante deixe de existir devido à implantação de quiosques na praia.	Não tem perspectivas
I-3	Investimento do poder público.	Tem medo que a atividade de vendedor ambulante deixe de existir devido à implantação de quiosques na praia.	Não tem perspectivas
I-4	Investimento no turismo pelo setor público	Pretende atuar na atividade por mais alguns anos	Continuar com seu trabalho e fazer “bicos” para obter renda extra.
I-5	Colaboração para atrair mais turistas	Realização de mais parcerias entre os vendedores ambulantes	Controlar as finanças e alugar uma sala comercial para vender espetinhos e salgados.
I-6	Investimentos e manutenção na orla marítima	Atividade continue sendo realizada no município	Comprar um terreno próximo da avenida (PR 412) e montar um comércio

QUADRO 15 – ALAVANCAGEM SOBRE CONTINGÊNCIAS – SURPRESAS E DIFICULDADES INICIAIS (2)

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA (2016)

Quanto ao futuro do turismo em Pontal do Paraná, os informantes esperam que sejam realizados investimentos na orla marítima e no turismo pelo poder público municipal, com vistas a atrair mais turistas para o município.

Quanto ao futuro da atividade dos vendedores ambulantes, os informantes 1, 2 e 3 tem medo que a atividade deixe de existir devido à implantação de quiosques na praia, o que implicaria, segundo estes, em desemprego para muitos vendedores ambulantes que não teriam condições financeiras de adquirir um quiosque. O informante 6 espera que atividade comercial turística dos vendedores ambulantes continue sendo desenvolvida no município de Pontal do Paraná. O informante 4 pretende continuar atuando na atividade de vendedor ambulante e o informante 5 acredita que deveriam ser realizadas mais parcerias entre os vendedores ambulantes.

Quando questionados quanto ao seu futuro profissional, o informante 1 mencionou que pretende se aposentar da atividade de vendedor ambulante e descansar, visto que ele já é aposentado pelo exército. Os informantes 2 e 3 não tem perspectivas, ou seja, não tem um plano ou pretensão e fazem suas escolhas a medida que as possibilidades aparecem. A informante 4 espera continuar como está e os informantes 5 e 6 pretendem ter seus empreendimentos em ponto fixo, sendo que a informante 5 pretende continuar vendendo o mesmo produto que comercializa como vendedora ambulante, o espetinho, e pretende ainda, vender salgados.

#### 4.4. Notas sobre o empreendedorismo informal relativo à atividade comercial turística dos vendedores ambulantes de Pontal do Paraná

Em Pontal do Paraná a atividade comercial turística dos vendedores ambulantes é organizada a partir de duas instituições: a AVAPAR e a Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná.

A AVAPAR é responsável pela realização do cadastro dos interessados em atuar como vendedor ambulante no município, enquanto a Prefeitura Municipal é responsável pela realização de treinamento sobre Vigilância à Saúde, pela vistoria e fiscalização dos carrinhos, através do departamento Municipal de Vigilância

Sanitária e Epidemiológica, e pela expedição das licenças para os vendedores ambulantes através do Departamento Municipal de Cadastro e Tributação.

A organização dessa atividade comercial turística em Pontal do Paraná é consistente e se alinha a terceira corrente de interpretação sobre informalidade defendida por Cacciamali (1983) e Soares (2008) que afirma que a atividade informal não acontece subordinada ao capitalismo, mas como parte dele, inserido na produção moderna, constatando-se assim a funcionalidade da informalidade como elemento positivo.

Essa corrente de interpretação afirma ainda que a atividade informal ocupa espaços econômicos não ocupados pelas atividades formais como é o caso dos vendedores ambulantes que recebem uma licença específica para desenvolver essa atividade que acontece desde os primórdios no município, sendo que todos os anos os praticantes se preparam e esperam para desenvolver tal atividade.

A terceira corrente de interpretação defendida por Cacciamali (1983) e Soares (2008) afirma ainda que o setor informal acontece subordinado ao formal, ou seja, os dois acontecem paralelamente, como parte do capitalismo, onde a atividade informal se desloca de um mercado para outro conforme a necessidade do cenário econômico. Nesse caso o cenário econômico da atividade dos vendedores ambulantes se altera com a chegada do período de temporada de verão.

O número de pessoas que desenvolvem atividades como vendedores ambulantes no município de Pontal do Paraná compreende aproximadamente 10% da população ocupada deste município, segundo o IBGE (2015), demonstrando a expressividade dessa atividade de empreendedorismo informal para o município, mesmo sendo sazonal.

Os vendedores ambulantes são caracterizados como trabalhadores por conta própria que empregam a si mesmos (CACCIAMALI, 1983; SOARES, 2008) e que trabalham em sua maioria no período de temporada de verão e alguns finais de semana e feriados durante o ano, quando há fluxo de turistas no município, caracterizando tal atividade como sazonal.

No empreendedorismo formal, dito como tradicional, segundo o GEM (2013) as pessoas empreendem por oportunidade ou por necessidade. Da mesma forma no empreendedorismo informal, Cruz (2014) aponta que as pessoas também empreendem por oportunidade ou necessidade. Esse fato pôde ser evidenciado a partir de alguns dados obtidos na pesquisa de campo. Como por exemplo, o motivo

que levou os vendedores ambulantes a desenvolver tal atividade, onde 8 (oito) respondentes do perfil socioeconômico apontaram que foi a dificuldade para encontrar emprego, ou seja, uma necessidade. Por outro lado, 8 (oito) respondentes apontaram a independência autonomia e à liberdade, ou seja, uma oportunidade.

Observa-se ainda que dos 27 (vinte e sete) respondentes no segundo objetivo específico do estudo, sobre o perfil socioeconômico, indicaram que não gostariam de mudar para um trabalho com carteira assinada, sendo que as justificativas foram apontadas por três informantes: salário baixo, apreço por possuir o próprio negócio e por apreciar a ocupação de vendedor ambulante. Um total de 19 (dezenove) dos 27 (vinte e sete) pesquisados indicaram ainda que não buscam outro emprego no momento sendo que 18 (dezoito) dos respondentes apontaram que tem na atividade de vendedor ambulante sua única fonte de renda.

Considera-se ainda que a informalidade pode ser um elemento de geração de empreendedores, como apontado por Cruz (2014), visto que 22 (vinte e dois) dos 27 (vinte e sete) respondentes do questionário sobre perfil socioeconômico trabalham por conta própria.

Noronha (2003) assinala que as redes sociais são essenciais para a realização das atividades informais. Essa afirmação pôde ser constatada a partir dos resultados obtidos da entrevista sobre o processo de criação de empreendimentos de vendedores ambulantes, onde os três entrevistados afirmaram que souberam da atividade de vendedor ambulante através de alguém de sua rede de contatos.

As alianças estratégicas apontadas por Sarasvathy (2001a; 2001b) como fator fundamental para a criação de empreendimentos, ficaram evidentes quanto às parcerias realizadas pelos empreendedores entrevistados no objetivo específico 3, sobre os aspectos do processo de criação de Empreendimentos, onde os entrevistados afirmaram trabalhar mais de maneira cooperativa, realizando parcerias.

Como apontado por Sarasvathy (2001a; 2001b), os empreendedores iniciam seus empreendimentos a partir dos recursos disponíveis, ou seja, “Quem eles são?” “O que eles conhecem?” e “Quem eles conhecem?”. Cabe destaque para o recurso “Quem eles conhecem?”, evidenciado pela realização de parcerias dos vendedores ambulantes.

Sarasvathy (2001a; 2001b) aponta ainda que dentro da abordagem *Effectuation* é preferível controlar um futuro imprevisível ao invés de prever um futuro

incerto. Três dos vendedores ambulantes entrevistados no objetivo específico sobre os aspectos do processo de criação de empreendimentos relataram ter medo que futuramente a atividade de vendedor ambulante deixe de existir devido à implantação de quiosques na praia, o que geraria desemprego para os empreendedores que não tivessem condições financeiras de adquirir um quiosque.

Segundo a Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná, há um projeto no município para a implantação dos quiosques, mas sua aprovação só será possível após a aprovação do Plano Diretor do Município. Conforme o Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica, a implantação de quiosques seria positiva no que se refere à higiene e saúde, principalmente para os produtos oferecidos na praia que precisam de manipulação no momento de entrega aos turistas, como os alimentos, os quais precisam ser mantidos refrigerados ou serem aquecidos. Com relação às bebidas e os alimentos que não precisam de manipulação, como os sorvetes, não há necessidade de ficar em quiosques, podendo continuar sendo comercializados por vendedores ambulantes.

A falta de perspectivas quanto ao progresso profissional dos vendedores ambulantes entrevistados no objetivo específico sobre os aspectos do processo de criação de empreendimentos nos remete ao que aponta Soares (2008) que o setor informal não apresenta elementos que lhe permita crescimento sustentado. Por outro lado, cabe citar que os respondentes do questionário socioeconômico indicaram, em sua maioria, que adquirem os produtos para comercialização como vendedores ambulantes, em estabelecimentos do Município de Pontal do Paraná. Assim, se de um lado a atividade dos vendedores ambulantes, sendo informal, não apresenta possibilidade de crescimento, por outro, contribui com o crescimento de empreendimentos do próprio município, fazendo o capital financeiro girar no local.

Os vendedores ambulantes que responderam ao questionário sobre as características de comportamento empreendedor obtiveram médias consideradas altas para cada uma das características, assim como para cada um dos conjuntos de características, indicando assim a presença de perfil empreendedor desse público. Essa constatação é positiva no que se refere à possibilidade de desenvolver suas atividades de maneira a atrair mais turistas, visto que os aspectos comportamentais do empreendedor, assim como seus valores pessoais, são diretamente refletidos no empreendimento.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa foi motivada pela curiosidade da autora em entender as peculiaridades do Município de Pontal do Paraná, no âmbito do turismo e do empreendedorismo e apresentou como questão para investigação: como se caracteriza o empreendedorismo informal relativo à atividade comercial turística dos vendedores ambulantes do município balneário de Pontal do Paraná – Paraná - Brasil?

O empreendedorismo informal nesse município é decorrente da sazonalidade, originária do turismo de sol e praia, uma das principais atividades econômicas do município, onde a partir do aumento do fluxo de turistas no período de temporada de verão, há a necessidade de criação desses empreendimentos informais para dar assistência aos empreendimentos do mercado formal.

Nesse contexto, o objetivo geral adotado para esse estudo foi analisar o empreendedorismo informal relativo à atividade comercial turística dos vendedores ambulantes do município balneário de Pontal do Paraná – PR. Adotaram-se ainda três objetivos específicos: 1. Identificar as formas de organização da atividade turística dos vendedores ambulantes; 2. Identificar características de perfil socioeconômico e de comportamento empreendedor e 3. Analisar o processo de criação de empreendimentos informais de vendedores ambulantes.

O estudo de caso foi o método escolhido para essa investigação. Foram coletados dados qualitativos referentes às formas de organização da atividade comercial turística e aos aspectos do processo de criação de empreendimentos informais dos vendedores ambulantes, a partir de entrevistas e dados quantitativos referentes às características de perfil socioeconômico e perfil empreendedor, utilizando questionários.

Destaca-se, a partir dos resultados da pesquisa de campo, a importância dessa atividade comercial turística para a economia do Município que compreende aproximadamente 10% da população ocupada do município de Pontal do Paraná, conforme o IBGE (2015), reafirmando a importância do turismo de sol e praia para a economia do município, como já indicada por Sampaio (2006a; 2006b) e IBGE (2015).

A atividade comercial turística dos vendedores ambulantes de Pontal do Paraná está organizada por duas instituições: AVAPAR e Prefeitura Municipal. A AVAPAR realiza, inicialmente, o cadastro dos interessados em atuar na atividade, onde estes escolhem os produtos que irão comercializar, considerando as vagas disponíveis. Em seguida recebem treinamento sobre Vigilância à Saúde realizado pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica. Os cadastros são encaminhados para a Prefeitura Municipal, que a partir do Departamento de Cadastro e Tributação irá classificar os candidatos e convocar para a vistoria dos carrinhos e equipamentos, realizada pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica. Após a vistoria, os aprovados recebem um selo de vistoria e estão aptos a receber as licenças para a atividade, expedidas pelo Departamento Municipal de Cadastro e Tributação.

As licenças são válidas no período de dezembro a março, que compreende a temporada de verão e devem ser renovadas anualmente. Os vendedores trabalham comumente no período de temporada de verão, visto que esse é o período em há maior fluxo de turistas no município. A atividade informal respectiva ao comércio turístico de vendedor ambulante em Pontal do Paraná acontece paralelamente ao setor formal, como parte da dinâmica econômica desse município, ou seja, como parte do capitalismo, tomando um espaço não ocupado pelo setor formal (CACCIAMALI, 1983; SOARES, 2008).

Os vendedores ambulantes de Pontal do Paraná iniciaram seus empreendimentos informais por necessidade ou oportunidade, acordando com a proposição de Cruz (2014), e utilizaram no início de seus empreendimentos os recursos disponíveis “Quem eles são?”, “O que eles conhecem?” e “Quem eles conhecem?”, acordando com a afirmação de Sarasvathy (2001a; 2001b) para a abordagem *Effectuation*.

De acordo com os dados da pesquisa de campo, os vendedores ambulantes trabalham por conta própria, tem na atividade de vendedor ambulante sua única fonte de renda, não buscam outro emprego e não gostariam de mudar para um trabalho com carteira assinada. Esses empreendedores têm as redes sociais como elemento essencial para a realização das atividades informais, compactuando com a afirmação de Noronha (2003) e priorizam a realização de alianças estratégicas a partir de parcerias, como defendido no *Effectuation* por Saravathy (2001a; 2001b).

Os vendedores ambulantes apresentaram perfil empreendedor, mas não tem perspectivas e expectativas quanto ao seu futuro profissional. Isso pode ser explicado por Soares (2008), que afirma que o setor informal não apresenta elementos que permita crescimento sustentado para os empreendimentos, ou seja, impossibilita os empreendedores de expandirem suas atividades ou ao menos de ter expectativas de tal expansão.

Se por um lado a atividade dos vendedores ambulantes, por ser informal, não apresenta possibilidades de expansão, por outro, por ser realizada em paralelo ao setor formal e considerando que os respondentes do questionário socioeconômico apontaram que adquirem seus produtos no município onde residem e desenvolvem as atividades como vendedores ambulantes, tal atividade apresenta contribuição para o crescimento dos empreendimentos locais, visto que essa ação faz com que o capital financeiro resultante da atividade permaneça no município.

Considerando as peculiaridades da atividade comercial turística dos vendedores ambulantes, a qual está inserida no Município de Pontal do Paraná desde antes de sua emancipação do município de Paranaguá, é inadequado generalizar quanto à possibilidade de formalização ou não, visto que a formalização pode gerar vantagens para os empreendedores por oportunidade enquanto que para os vendedores por necessidade, pode gerar uma limitação quanto ao desenvolvimento de apenas uma atividade enquanto fonte de renda. Para os empreendedores por necessidade, considera-se como mais adequado, orientá-los quanto à contribuição para a Previdência Social de maneira autônoma, a qual garantiria a eles os benefícios de um trabalhador assalariado.

Observa-se que não há nenhuma preocupação quanto a atividade comercial turística dos vendedores ambulantes no que se refere ao cuidado ambiental, como por exemplo os impactos gerados por essa atividade nas praias do município e o descarte de resíduos oriundos da atividade dos vendedores ambulantes. Observa-se ainda, que apesar de instituições ambientalistas estarem instaladas no município, estão não possuem relação alguma com a referida atividade comercial.

Espera-se que esse estudo se torne um estímulo para outros pesquisadores investigarem sobre a atividade comercial turística dos vendedores ambulantes no litoral do Paraná sob diferentes perspectivas, como econômica, ambiental, geográfica, administrativa, ou política. Considerando que o presente estudo se

constitui-se em uma pesquisa pioneira sobre o tema, este caracteriza-se como inédito.

### 5.1 Limitações no estudo

Essa pesquisa utilizou como método o estudo de caso exploratório e descritivo, que visa estudar um fenômeno em seu contexto real, buscando o máximo de fontes de evidências. Assim, as principais limitações encontradas referiram-se ao tempo e custo despendidos para realização das visitas de campo.

Os levantamentos realizados no segundo objetivo específico, referente às características de perfil socioeconômico e de perfil empreendedor foram alcançados utilizando-se amostragem não probabilística por conveniência, que não permite generalizações.

Destaca-se a resistência encontrada pela pesquisadora para realizar as entrevistas com os vendedores ambulantes no terceiro objetivo específico, referente aos aspectos do processo de criação de empreendimentos informais dos vendedores ambulantes.

### 5.2 Recomendações para pesquisas futuras

A pesquisa realizada nessa dissertação de mestrado teve como área de abrangência o Município de Pontal do Paraná, um dos municípios balneários do litoral paranaense. Assim, poderiam ser estudados os Municípios de Matinhos e Guaratuba, visto que a atividade comercial turística dos vendedores ambulantes também é despercebida aos olhares comuns nesses municípios e supõe-se que sejam expressivas, assim como em Pontal do Paraná.

Sugere-se a realização do levantamento das características de perfil socioeconômico e de comportamento empreendedor dos vendedores ambulantes de Pontal do Paraná com uma amostra maior de empreendedores, se não, o universo, possibilitando generalização dos resultados.

A possibilidade de implantação de quiosques na praia, apontada pelos entrevistados e pela Prefeitura Municipal de Pontal do Paraná, se constitui em outro tema possível de ser pesquisado, onde se poderia analisar a viabilidade de aquisição de quiosques pelos atuais vendedores ambulantes.

Outro tópico passível de ser analisado é o entendimento por parte dos ambulantes de que há aceitação dos turistas quanto aos produtos comercializados, o que constitui oportunidade de investigação via percepção dos turistas.

Poderia se investigar as inter-relações entre os vendedores ambulantes, as instituições que organizam a atividade (AVAPAR e Prefeitura Municipal), turistas, residentes e as instituições ambientalistas instaladas no município (Associação MarBrasil e Centro de Estudos do Mar – UFPR) com o descarte e recolhimento de resíduos derivados da atividade e dos produtos comercializados pelos vendedores ambulantes, bem como analisar os impactos gerados por essa atividade comercial para o ambiente costeiro e ainda os impactos que podem vir a ser gerados na atividade com a implantação de um terminal portuário, previsto para o município.

Por fim, sugere-se analisar a viabilidade de orientação aos vendedores ambulantes para a contribuição com a Previdência Social de maneira autônoma, garantindo assim, os direitos que teria um trabalhador assalariado ou ainda analisar a possibilidade de formalização desses empreendedores a partir da modalidade de Micro Empreendedor Individual (MEI). Cabe ressaltar que o MEI seria um limitador para a realização de outras atividades em paralelo com as atividades de vendedor ambulante, pois eles ficariam restritos ao comércio ambulante.

## REFERÊNCIAS

BARTEL, Gonter. **Análise da Evolução das Características Comportamentais Empreendedoras dos Acadêmicos do Curso de Administração de uma IES Catarinense**. 2010. 107 p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau.

BIGARELLA, João José. **Matinho: Homem e Terra** Reminiscências. 3. Ed. Curitiba: Fundação Cultural de Curitiba, 2009.

BORGES C.; SIMARD G.; FILION L. J. **Venture Creation Processes in Quebec Research Findings 2004-2005**. *Working Paper*, 2005-07, HEC Montreal, May.

BUTLER, R. **Seasonality in tourism: Issues and problems**. In: SEATON *Tourism: the state of the art*. Chichester, UK: John Wiley and Sons, p. 332-339, 1994.

CACCIAMALI, Maria Cristina. **Setor Informal Urbano e Formas de Participação na Produção**. São Paulo: Instituto de Pesquisas Econômicas da Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo, 1983.

CASTELLI, Geraldo. **Turismo e marketing: uma abordagem hoteleira**. Porto Alegre: Sulina, 1986.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto**. 3. Ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CRESWELL, John W. **Pesquisa de métodos mistos**. 2.ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

CRUZ, C. A. B.; **O desenvolvimento do mercado informal como elemento de geração de novos empreendedores**. Revista Científica do ITPAC, Araguaína, v.7, n.4, Pub.1, Outubro 2014.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura, 1999.

\_\_\_\_\_. **Pedagogia Empreendedora**: o ensino de empreendedorismo na educação básica, voltado para o desenvolvimento social sustentável. São Paulo: Editora Cultura, 2003.

\_\_\_\_\_. **O Segredo de Luísa**: Uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

EISENHARDT, K. M. **Building theories from case study research**. Academy of Management Review. v. 14. n. 4, October of 1989, p. 532-550.

ESTEVES, Cláudio Jesus de Oliveira. **Vulnerabilidade socioambiental na área de ocupação contínua do litoral do Paraná – Brasil**. Tese (Curso de Doutorado em Geografia da Universidade Federal do Paraná). 2011

FAIA, V, S.; ROSA, M. A. G.; MACHADO, H. P. V. **Alerta Empreendedor e as Abordagens Causation e Effectuation sobre Empreendedorismo**. RAC, Rio de Janeiro, v.18, n.2. Mar./Abr. 2014. P. 196-216.

FEGER, J. E; FISCHER, A; NODARI, T. M. S; SCARATTI, D; ORTIGARA, A. A. **Empreendedores Sociais e Privados**: Reflexões sobre suas Características Comportamentais. Revista Gestão Organizacional. Vol. 1 - N. 1. Jul./Dez. - 2008. P. 102-118

FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. RAE – Revista de Administração de Empresas, FGV, São Paulo, outubro/dezembro, 1999.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3.ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo na Região Sul do Brasil**. IBQP/ SEBRAE/ IEL, 2013.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

\_\_\_\_\_. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. Ed. São Paulo, Atlas, 2008.

GIMENEZ, Fernando Antonio Prado. **Empreendedorismo e Pequena Empresa: Dezesesseis Haikais, um pouco de prosa e outros versos**. Curitiba: Edição do Autor, 2013.

GODOY, A. S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. RAE, São Paulo. v. 35 n. 3, p. 20-29, maio/junho 1995.

GOMES, J. A.; FREITAS, A. A. F.; CAPELO JÚNIOR, E. **O Retrato do Empreendedor Informal**. XXV ENEGEP - Encontro Nacional de Engenharia de Produção – Porto Alegre, RS, Brasil, 29 out a 01 de nov de 2005.

GONZÁLEZ, J. M. R.; AÑEZ, M. E. M.; MACHADO, H. V. **Raciocínio Effectual e Raciocínio Causal na Criação de Novos Negócios**: um estudo de caso. Revista Ibero-Americana de Estratégia - RIAE, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 140-158, mai./ago. 2011.

HISRICH, Robert. D; PETERS, Michael. P. **Empreendedorismo**. 5.Ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pontal do Paraná**. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=411995&search=||infogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>. Acesso: Diversos em 2015.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Economia Informal Urbana**. Rio de Janeiro: IBGE, 2006.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 2. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

IPARDES – INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Tipologias dos municípios paranaenses**: segundo indicadores socioeconômicos e demográficos. Curitiba: IPARDES, 2010.

IPARDES/BDE – INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Base de dados do Estado**. Curitiba: 2011. Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/>. Acesso: Diversos em 2015.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 1994.

LABRECQUE, J.-H., BORGES, C., SIMARD, G., FILION, L.J. (2005a) **Recherche sur la création d'entreprises – Données – Partie A**. Working Paper 2005-04, Rogers-J.-A.-Bombardier Chair of Entrepreneurship, HEC Montreal.

LABRECQUE, J.-H., BORGES, C., SIMARD, G., FILION, L.J. (2005b) **Recherche sur la création d'entreprises – Données – Partie B**. Working Paper 2005-05, Rogers-J.-A.-Bombardier Chair of Entrepreneurship, HEC Montreal.

LACERDA, C. F. J.; TEIXEIRA, S. A. **Empreendedor individual e as vantagens da formalização no Brasil**. 2013. Disponível em: [http://www.iptan.edu.br/publicacoes/saberes\\_interdisciplinares/pdf/revista11/EMPREENDEDOR\\_INDIVIDUAL.pdf](http://www.iptan.edu.br/publicacoes/saberes_interdisciplinares/pdf/revista11/EMPREENDEDOR_INDIVIDUAL.pdf). Acesso em: 01/2016.

LAGE, Beatriz H.G., MILONE, Paulo César. **Economia do turismo**. Coleção Turismo. Campinas: Papirus, 1998.

LAVILLE Christian; DIONNE Jean. **A Construção do Saber: Manual de Metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas**. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2012.

MACEDO, Silvio Soares. Paisagem, turismo e litoral *in* **Turismo e Paisagem**. Eduardo Yázigi (org). São Paulo: Contexto, 2002.

MACHADO, Helena Cristina. **A Construção Social da Praia**. Sociedade e Cultura 1, Cadernos do Noroeste, Série Sociologia. Vol. 13. 2000. P. 201-218.

MACHADO, H. P. V.; NASSIF, V. M. J. **Réplica – Empreendedores: Reflexões sobre Concepções Históricas e Contemporâneas**. RAC: Rio de Janeiro, v. 18, n. 6, Nov. Dez de 2014. p. 892-899.

MASSUKADO, Márcia Shizue. **Análise comparativa de estratégias qualitativas de investigação:** possibilidades para a pesquisa em turismo. *Turismo e Sociedade: Curitiba*, v. 1, n.1, abril de 2008. p. 9-27.

MATTAR, F. **Pesquisa de Marketing.** São Paulo: Editora Atlas, 1996.

MELO, Josimery Amaro; SOUTO, Jackson Vital. **O espaço do trabalho informal na sociabilidade capitalista.** XIII Jornada do Trabalho. Presidente Prudente/ SP. 09 a 12 de outubro de 2012.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento:** O desafio do conhecimento em saúde. 6. Ed. São Paulo: Hucitec; Rio de Janeiro: Abrasco, 1999.

MORAES, Cláudia Corrêa de Almeida de. Segmentação de mercado: um estudo introdutório *in Turismo: Segmentação de mercado.* Marília Gomes dos Reis Ansarah (org). São Paulo: Futura, 1999.

MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing Turístico:** promovendo uma atividade sazonal. São Paulo: Atlas, 2001.

MOURA, R. WERNECK, D.Z. **Ocupação Contínua Litorânea do Paraná:** uma leitura do espaço. In.: *Revista Paranaense de Desenvolvimento.* Curitiba, n.99, p. 61-82. 2000.

MTUR. **Turismo de Sol e Praia:** orientações básicas. 2. Ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

NORONHA, E. G. **“Informal”, ilegal, injusto:** percepções do mercado de trabalho no Brasil. *RBCS – Revista Brasileira de Ciências Sociais*, Vol. 18 nº. 53 outubro/2003. p.111-129.

OLIVEIRA, Tânia Modesto Veludo. **Amostragem não Probabilística:** Adequação de Situações para uso e Limitações de amostras por Conveniência, Julgamento e Quotas. *Revista Administração On Line.* Vol. 3 – N. 3. Jul/ Ago/ Set – 2001.

OMT – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo.** São Paulo: Roca, 2001.

ONozATO, Erika. **Processo de criação de organizações com fins sociais:** Estudo de casos múltiplos na cidade de Curitiba – Paraná. 2007. 177 p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

PDTIS-LP – PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL. **Polo Turístico do Litoral Paranaense.** Governo do Estado do Paraná, 2010.

PEARCE, Douglas, G. **Geografia do Turismo:** fluxos e regiões no mercado de viagens. São Paulo: Aleph, 2003.

PELOGIO, E. A.; ROCHA, L. C. S.; MACHADO, H. V.; AÑEZ, M. E. M. **Criação de Empresas à Luz do Modelo de Decisão *Effectuation*:** Um estudo com Mulheres Empreendedoras no Município de Currais Novos/RN. XXXV EnANPAD. Rio de Janeiro/ RJ – 4 a 7 de setembro de 2011.

PELOGIO, E. A.; ROCHA, L. C. S.; MACHADO, H. V.; AÑEZ, M. E. M. **Empreendedorismo e estratégia sob a ótica da lógica *Effectuation*.** Revista Ibero-Americana de Estratégia - RIAE, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 228-249, abr./jun. 2013.

PIERRI, N. E. **O litoral do Paraná:** entre a riqueza natural e a pobreza social. usos e conflitos. In.: Desenvolvimento e Meio Ambiente. Curitiba, n. 8. p. 25-41, jul./dez. 2003

PIERRI, N. E. et ali. **A ocupação e o uso do solo no litoral paranaense:** condicionantes, conflitos e tendências. In.: Desenvolvimento e Meio Ambiente. Curitiba, n. 13, p. 137-167, jan./jun. 2006. Editora UFPR.

POTRICH, A. C. G.; RUPPENTHAL, J. E. **Empreendedorismo na informalidade:** um estudo de caso no *Shopping* Independência de Santa Maria – RS. GEPROS - Gestão da Produção, Operações e Sistemas, Bauru, Ano 8, nº 3, jul-set/2013, p. 145-158.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. **Marketing Turístico:** Um enfoque promocional. Campinas, SP: Papirus, 1990.

SAMPAIO, Roberto. **Ocupação das orlas das praias paranaenses pelo uso balneário**. In: Desenvolvimento e Meio Ambiente, n. 13, p. 169-186, jan./jun. 2006. Curitiba: Editora da UFPR. 2006a.

\_\_\_\_\_. **Ocupação das orlas das praias paranaenses pelo uso balneário**. Curitiba, 2006. Tese. (Curso de Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento, da Universidade Federal do Paraná). 2006b.

SARASVATHY, S. **Causation and Effectuation**: Towards a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*. V. 26, p. 243-288. 2001a.

SARASVATHY, S. **Effectual reasoning in entrepreneurial decision making**: Existence and bounds. Best paper proceedings, *Academy of Management*. Washington, p. 3-8, 2001b.

SCHEUER, Luciane. **Sazonalidade do Turismo no Município de Guaratuba – PR**. Dissertação (Curso de Mestrado em Geografia da Universidade Federal do Paraná). 2010.

SECRETARIA DO ESPORTE E DO TURISMO. **Regiões Turísticas do Estado**. Disponível em: <http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=946>. Acesso em: 19/08/2015.

SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO – SETU. **Estudo da Demanda Turística**: Litoral PR - 2000-2006. Curitiba, Nov. 2008.

SECRETARIA MUNICIPAL DA EDUCAÇÃO - SMED – PONTAL DO PARANÁ – PARANÁ. **Mapas de Pontal do Paraná**. Disponível em: <http://www.smedpontal.com.br/>. Acesso em: 27/07/2015.

SILVA, Jorge Luiz Teles. **A face informal dos serviços**: o caso do comércio ambulante no Rio de Janeiro. Dissertação (Curso de Mestrado em Economia da Faculdade de Economia da Universidade Federal Fluminense). 1999.

SILVA, Mariana Passos Costa. **Caminhos alternativos**: Empreendedorismo, Informalidade e Inclusão Social. Dissertação (Curso de Mestrado em Políticas Sociais da Universidade Estadual do Norte Fluminense). 2008.

SOARES, Marcos Antonio Tavares. **Trabalho Informal: da funcionalidade à subsunção ao capital.** Vitória da Conquista: Edições UESB, 2008.

SULZBACH, M. T; DENARDIN, V. F; FELISBINO, J. N. **O trabalho em pequenos municípios praianos no litoral do Paraná.** Revista Sociologias Plurais. N. Especial 1. Out. 2012. P. 108-132.

TANAKA, O. Y.; MELO, C. **Avaliação de Programas de Saúde do Adolescente – um modo de fazer.** São Paulo: EDUSP, 2001.

TURATO, E. R. **Tratado da metodologia da pesquisa clínico-qualitativa: construção teórico-epistemológica, discussão comparada e aplicação nas áreas da saúde e humanas.** 6. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

URRY, John. **O Olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas.** 3. Ed. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 2001.

WAHAB, Salah-Eldin Abdel. **Introdução à administração do turismo: alguns aspectos estruturais e operacionais do turismo internacional – teoria e prática.** 3. Ed. São Paulo: Pioneira, 1991.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos.** 4. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

## APÊNDICES

APÊNDICE 1: TRANSCRIÇÃO ENTREVISTAS ASPECTOS DO PROCESSO DE CRIAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS .....	158
--	-----

## APÊNDICE 1: TRANSCRIÇÃO ENTREVISTAS ASPECTOS DO PROCESSO DE CRIAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS

### **Informante 1**

O informante 1 é do sexo masculino, tem 62 anos, é casado, tem dois filhos, estudou o Ensino Médio Incompleto, é natural da cidade de Guarapuava, mas se criou na Cidade de Curitiba, ambas no Estado do Paraná. É aposentado pelo exército. Mora há 19 anos no Balneário de Ipanema em Pontal do Paraná. Mudou-se para Pontal do Paraná pela qualidade de vida, pelo clima, por não ter que pagar aluguel e por ser, segundo o entrevistado, um local mais tranquilo para criar os filhos. Seu pai trabalhava como garçom e sua mãe como dona do lar. Segundo o empreendedor, não há nenhum empreendedor em sua família.

O empreendedor trabalhou em farmácia, como garçom e no exército, onde se aposentou. O entrevistado já realizou treinamentos sobre Vigilância à Saúde, realizado pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica na sede da AVAPAR; capacitação sobre como aproveitar o resíduo do coco; curso de panificação, capelania evangélica e atendimento ao turista.

Esse empreendedor possui onze carrinhos para comercialização de bebidas como vendedor ambulante. Ele faz parceria com pessoas para trabalharem utilizando seus carrinhos em troca de uma porcentagem do lucro. O empreendedor comenta que “pessoas conhecidas, que tenham interesse em trabalhar como vendedor ambulante, mas que não apresentem condições financeiras de adquirir um carrinho e os produtos para comercialização, além de pagar as taxas da AVAPAR e da Prefeitura Municipal”, entram em contato com ele, pois ele “fornece todos esses itens e oportuniza condição para essas pessoas trabalharem”. Segundo ele, são os próprios interessados que o procuram para realizar a parceria. Esse empreendedor trabalha de forma cooperativa, ajudando e sendo ajudado, quando necessário.

O entrevistado adquiriu os dois primeiros carrinhos de bebidas para trabalhar como ambulante a partir de “um negócio em um gravador portátil mais uma quantia em dinheiro”. Esses foram os carrinhos que ele e a esposa utilizaram para trabalhar no início. O empreendedor só vende bebidas, desde que iniciou e adquire esses

produtos para comercialização em distribuidoras do município, onde recebe desconto por comprar em grande quantidade.

O entrevistado trabalha como vendedor ambulante desde o ano de 1997. Quando iniciou as atividades, haviam poucos ambulantes trabalhando no seu balneário: “eram 17. Hoje são 35”. Segundo o entrevistado, essa é uma atividade comercial rentável “se a condição climática for favorável” ao turismo de sol e praia e “se o vendedor ambulante se dedicar ao trabalho”. O informante 1 afirma gostar de trabalhar como vendedor ambulante.

Segundo ele, a atividade comercial de vendedor ambulante era “totalmente desconhecida antes de começar a trabalhar”.

O entrevistado decidiu trabalhar com bebidas por, segundo ele, “ser mais prático, por não precisar de manipulação”. O empreendedor 1 não trabalha com estoque, ou seja, “vai comprando à medida que as bebidas vão acabando”. Trabalha com recursos próprios derivados de economias pessoais e familiares desde o início das atividades, tem investimento médio de R\$ 300 reais para encher um carrinho de bebidas e afirma ter recuperado todo o valor investido inicialmente na primeira temporada de trabalho.

O empreendedor tem “uma noção de seu gasto e seu lucro”, mas não tem um controle formal de entradas e saídas.

Conforme o entrevistado, as principais dificuldades do trabalho como vendedor ambulante são: enfrentar o calor na praia e colocar e tirar o carrinho na areia. Segundo o informante 1 todos os produtos comercializados pelos vendedores ambulantes na praia apresentam procura, ou seja, “não há um produto que seja mais comprado do que outro”. A principal reclamação dos turistas com relação ao seu produto é “quando a bebida não está gelada”.

O empreendedor espera que no futuro, o turismo de Pontal do Paraná melhore e que a Prefeitura Municipal faça investimentos na orla marítima.

Conforme o entrevistado, seu maior medo quanto ao trabalho do vendedor ambulante é a implantação de quiosques na areia, o que impossibilitaria que muitos ambulantes continuassem trabalhando por não apresentarem condição financeira de adquirir um quiosque. Quanto ao seu futuro profissional, o informante 1 pretende se aposentar como vendedor ambulante em Pontal do Paraná, mas ainda não definiu uma data para tal ação.

## Informante 2

O informante 2 é do sexo masculino, tem 52 anos, é casado, tem dois filhos estudou o Ensino Médio completo, é natural da cidade de Cafelândia no Estado do Paraná e mora desde 1999 no Balneário de Praia de Leste, em Pontal do Paraná. Esse empreendedor se mudou para Pontal do Paraná devido à falência de uma empresa de sua família em sua cidade de origem. Seus pais trabalharam como agricultores e em seguida tiveram uma empresa familiar. Ele já tinha experiência como empreendedor, pois trabalhava na empresa da família. O empreendedor 2 trabalha como vendedor ambulante desde 1999.

Esse empreendedor trabalhou como agricultor e trabalhou na empresa da família. Atualmente é funcionário público municipal onde trabalha como motorista de van escolar. Trabalha ainda como garçom em restaurantes e como segurança em danceterias, aos finais de semana. O único curso ou palestra de que ele participou foi o curso de Vigilância à Saúde realizado pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica na sede da AVAPAR.

O empreendedor 2 trabalha em parceria com um distribuidor de bebidas desde 2006 onde, todos os dias, ele pega as bebidas em consignação, ou seja, “devolve o que não vender e fica com o lucro do dia”. Ele trabalha de forma mais cooperativa, onde “empresta produtos aos vendedores ambulantes na praia quando ficam sem produtos”.

Esse empreendedor busca ajudar os demais vendedores ambulantes, pois acredita que poderá precisar de ajuda também. O empreendedor construiu seu próprio carrinho para trabalhar como vendedor ambulante e iniciou seu trabalho com capital próprio oriundo de economias pessoais. No início do trabalho como vendedor ambulante, o empreendedor comprava seus produtos em mercados e distribuidoras no município de Pontal do Paraná.

O empreendedor começou a trabalhar como vendedor ambulante no ano de 1999, ano que chegou ao município de Pontal do Paraná. Até então, ele “não sabia nada sobre o trabalho de vendedor ambulante”.

No terceiro dia em que eu estava em Pontal do Paraná me ofereceram uma licença para trabalhar como vendedor ambulante. Como eu precisava de

uma fonte de renda, aceitei a licença e fui buscar conhecer sobre o trabalho como vendedor ambulante. (INFORMANTE 2, 2015).

O empreendedor decidiu vender bebidas “pela facilidade de manuseio”, ou seja, por esse produto não precisar ser manipulado no momento de entrega ao cliente. O empreendedor adquire os produtos conforme necessidade. Ele trabalha “nos dias de temporada de verão, alguns finais de semana depois da temporada quando há fluxo de turistas e na noite de virada de ano”.

O empreendedor 2 começou a trabalhar como vendedor ambulante utilizando capital próprio, derivado de economias pessoais. Segundo ele, o valor inicial investido no trabalho de vendedor ambulante foi recuperado nos primeiros dias de trabalho. Esse empreendedor possui, em um caderno, planilhas de controle financeiro (FIGURA 19) do trabalho como vendedor ambulante e dos demais trabalhos que concilia com essa atividade comercial. Nas planilhas ele controla as receitas de seus trabalhos e às saídas resultantes de suas despesas.

**GANHO MES JANEIRO 2012**

01- SALARIO PREFEITURA	680,00
02- LUCRO VENDA NOITE EDIA	470,00
03- LUCRO VENDA NA PRAIA	252,00
04- DIARIA BUEE DE LESTE	30,00
05- LUCRO VENDA NA PRAIA	101,00
06- LUCRO VENDA NA PRAIA	148,00
07- LUCRO VENDA NA PRAIA	24,00
08- LUCRO VENDA NA PRAIA	94,00
09- LUCRO VENDA NA PRAIA	50,00
10- LUCRO VENDA NA PRAIA	67,00
11- DIARIA BUEE LESTE	103,00
12- LUCRO VENDA NA PRAIA	39,00
13- LUCRO VENDA NA PRAIA	60,00
14- LUCRO VENDA NA PRAIA	51,00
15- LUCRO VENDA NA PRAIA	15,00
16- LUCRO VENDA NA PRAIA	4,00
17- DIARIA BUEE LESTE	5,00
18- LUCRO VENDA NA PRAIA	27,00
19- LUCRO VENDA NA PRAIA	23,00
20- LUCRO VENDA NA PRAIA	23,00
21- LUCRO VENDA NA PRAIA	21,00
22- LUCRO VENDA NA PRAIA	30,00
23- LUCRO VENDA NA PRAIA	30,00
24- DIARIA BUEE LESTE	35,00
25- LUCRO VENDA NA PRAIA	70,00
26- LUCRO VENDA NA PRAIA	125,00
27- LUCRO VENDA NA PRAIA	203,00
28- DIARIA BUEE LESTE	33,00
29- LUCRO VENDA NA PRAIA	33,00
30- DIARIA BUEE LESTE	533,00
TOTAL DE GANHO	

**BALANÇO DE MAIO 2011 A ABRIL DE 2012**

MES	SALARIO	BORA	BUE	PRAIA	TOTAL	DESPESA	LÍQUIDO
MAIO	690,00	540,00			1.230,00	182,50	1.047,50
JUNHO	680,00	535,00			1.215,00	137,10	1.077,90
JULHO	680,00	335,00	70,00		1.085,00	90,70	994,30
AGOSTO	660,00	270,00	140,00		1.070,00	81,30	988,70
SETEMBRO	680,00	270,00	135,00	130,00	1.215,00	181,00	1.034,00
OUTUBRO	680,00	280,00	175,00		1.135,00	167,00	968,00
NOVEMBRO	680,00	315,00	140,00	86,00	1.221,00	67,00	1.154,00
DEZEMBRO	1.160,00	245,00	105,00	830,00	2.340,00	1.540,00	800,00
JANEIRO	680,00		175,00	416,84	1.271,84	132,00	1.139,84
FEBREIRO	680,00	240,00	105,00	2.189,00	3.214,00	1.438,00	1.776,00
MARÇO	670,00	360,00	175,00	576,00	1.781,00	1.003,00	778,00
ABRIL	680,00	320,00	140,00	1.250,00	2.390,00	1.173,00	1.217,00
TOTAL	8.575,00	3.710,00	1.360,00	8.600,00	22.245,00	11.927,00	10.318,00

Lucro líquido 2012 = 10.318,00

GASTOS EXTRA DE MAIO 2011 A ABRIL DE 2012 = 4.188,00

FIGURA 19 – CONTROLE FINANCEIRO DO EMPREENDEDOR 2  
 FONTE: PESQUISA DE CAMPO (2015)

As dificuldades encontradas pelo empreendedor 2 quando começou a trabalhar como vendedor ambulante foram: “a exposição ao sol, colocar e tirar o carrinho da areia devido ao peso do carrinho, a cooperação entre os ambulantes e o troco de dinheiro”. Durante o ano, o empreendedor vai guardando moedas e cédulas

de valor pequeno para usar como troco de dinheiro quando está trabalhando como vendedor ambulante.

De acordo com esse empreendedor todos os produtos oferecidos na praia pelos vendedores ambulantes são comprados pelos turistas, ou seja, “não há um produto que venda mais ou um produto que venda menos”.

Ainda de acordo com esse empreendedor as principais reclamações dos turistas com relação ao comércio ambulante em Pontal do Paraná estão relacionadas à qualidade do produto. Por exemplo, a temperatura da bebida, quando “não está gelada”.

Esse empreendedor espera para o futuro do turismo em Pontal do Paraná que o poder público municipal realize investimentos na orla do município e relata ter medo que no futuro, a atividade de vendedor ambulante deixe de existir devido à colocação de quiosques na praia, o que “significa desemprego para muitos vendedores ambulantes que não tem condição de adquirir um quiosque”.

Do seu futuro profissional, o empreendedor não tem perspectivas. Afirma que continuará trabalhando “até quando seu corpo aguentar”, visto que segundo ele, a atividade de vendedor ambulante “é cansativa devido ao peso do carrinho e da exposição solar”.

### **Informante 3**

O informante 3 é do sexo masculino, tem 44 anos, é solteiro, não tem filhos, estudou até o Ensino Médio Completo, é natural da cidade de Borrazópolis no Estado do Paraná e mora no Balneário de Ipanema em Pontal do Paraná desde o ano de 2001. Ele se mudou para Pontal do Paraná, para morar com a irmã, após o falecimento da mãe. Seus pais eram agricultores e segundo o empreendedor, não há nenhum empreendedor na família. Esse empreendedor iniciou as atividades como vendedor ambulante em Pontal do Paraná em 2015.

O informante 3 já trabalhou como pedreiro, jardineiro, encanador e realizando manutenção e reparos em geral. Ele “trabalha auxiliando um vendedor ambulante na distribuição de bebidas para outros ambulantes desde 2006”. No período de temporada de verão, trabalha apenas como vendedor ambulante.

Conforme o entrevistado, o único treinamento que ele realizou é o curso de Vigilância à Saúde realizado pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica na sede da AVAPAR.

O empreendedor 3 utiliza um carrinho emprestado para trabalhar e a aquisição dos produtos para comercialização é realizada em consignação. Esse empreendedor trabalha de forma cooperativa, pois acredita que “todos precisam se ajudar”.

Este empreendedor decidiu trabalhar como vendedor ambulante por incentivo do ambulante com quem ele já trabalha e optou por vender bebidas “por já saber como manusear o produto e pela praticidade na manipulação”. O entrevistado pretende trabalhar até a Páscoa de 2016, “se houver fluxo de turistas na praia”.

O informante 3 não precisou investir um capital inicial para começar a trabalhar como vendedor ambulante, visto que as taxas da Prefeitura Municipal e da AVAPAR foram pagas pelo ambulante com quem ele já trabalhava, o carrinho é emprestado e as bebidas são adquiridas em consignação. Dessa forma, o retorno financeiro que ele obtiver será lucro. O empreendedor afirma que “não sente necessidade de fazer o controle financeiro por se tratar de uma atividade simples”.

O empreendedor 3 cita que as principais dificuldades encontradas na atividade de vendedor ambulante são: o calor, ter troco em dinheiro e colocar e tirar o carrinho da areia. Segundo ele, o produto que os turistas mais compram dos vendedores ambulantes são as bebidas e as principais reclamações dos turistas sobre o comércio ambulante, quanto ao produto que comercializa, é quando a bebida “não está gelada”, e quanto ao comércio ambulante em geral, se refere à “falta de atenção do vendedor ambulante com o turista”.

Este empreendedor espera que no futuro o poder público de Pontal do Paraná invista no turismo do município. Quanto ao futuro do trabalho como vendedor ambulante, o entrevistado tem medo que deixe de existir devido à possibilidade de implantação de quiosques na praia. Sobre seu futuro profissional, não tem perspectivas, ele “aceita os trabalhos que lhe são oferecidos”.

#### **Informante 4**

A Informante 4 é do sexo feminino, tem 38 anos, é casada, tem dois filhos, estudou até o Ensino Médio Completo, é natural da cidade de Paranaguá e mora no Balneário de Pontal do Sul em Pontal do Paraná desde o ano de 2007.

A entrevistada se mudou para Pontal do Paraná porque casou e seu marido morava no município de Pontal do Paraná. Sua mãe era dona do lar e seu pai pescador e segundo a informante não existe nenhum empreendedor em sua família. Esta empreendedora iniciou as atividades como vendedora ambulante em Pontal do Paraná em 2015.

A Informante 4 já trabalhou como auxiliar de serviços gerais e como cozinheira. Atualmente ela trabalha com serviços gerais em uma empresa de Pontal do Paraná e pratica atividades como vendedora ambulante apenas nos finais de semana no período da temporada, pois assim consegue conciliar com seu outro trabalho.

Conforme a entrevistada, o único treinamento que ela realizou foi o curso de Vigilância à Saúde realizado pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica na sede da AVAPAR.

A Informante 4 adquire os produtos para comercialização como vendedora ambulante, diariamente, em consignação com um fornecedor de Pontal do Paraná e afirma trabalhar de forma cooperativa, pois segundo ela, “não existe competição entre os ambulantes”. A entrevistada utiliza, enquanto vendedora ambulante, uma bicicleta com caixa de isopor que ela mesma adaptou para as atividades.

A entrevistada começou a trabalhar como vendedora ambulante no ano de 2015 e segundo ela, “por conhecer algumas pessoas que trabalham como vendedores ambulantes, já tinha algum conhecimento sobre atividade”. A informante decidiu trabalhar como vendedora ambulante por ser uma “atividade temporária que exige baixo custo para começar” e afirma que, dessa forma, consegue trabalhar somente aos finais de semana durante o período de temporada de veraneio, e no restante do ano continuar com seu outro emprego.

A entrevistada comercializa coco verde como vendedora ambulante e segundo ela, escolheu esse produto “por ser um produto que o turista gosta porque tem a cara da praia”.

A Informante 4 iniciou suas atividades como vendedora ambulante utilizando capital financeiro próprio e recuperou o valor investido inicialmente nos primeiros dias de trabalho. Segundo a entrevistada, ela anota o lucro diário da comercialização dos produtos, sendo esta sua única forma de controle financeiro da atividade.

Segundo a entrevistada 4, a principal dificuldade que ela encontrou no trabalho como vendedora ambulante foi o calor, e para se proteger da exposição solar, ela afirma fazer uso de protetor solar e chapéu.

Conforme entrevistada os produtos que os turistas mais compram na praia são: o coco verde e as bebidas e as reclamações dos turistas giram em torno da qualidade do produto, por exemplo, quando o coco verde que ela comercializa, “não está gelado”.

Do futuro do turismo em Pontal do Paraná a entrevistada espera que sejam realizados investimentos no turismo por parte do setor público. Quanto ao futuro do trabalho como vendedor ambulante, a entrevistada afirma ter gostado da atividade e espera continuar trabalhando como vendedora ambulante por mais alguns anos para complementar sua renda. Já quanto ao seu futuro profissional, a entrevistada espera continuar com o seu trabalho durante o ano e podendo “fazer bicos para aumentar a renda”.

## **Informante 5**

A informante 5 é do sexo feminino, tem 58 anos, é casada, tem 5 filhos, estudou até o Ensino Médio Incompleto, é natural da cidade de Rondon, no Estado do Paraná e mora no Balneário de Ipanema em Pontal do Paraná desde 2013.

A entrevistada se mudou para Pontal do Paraná por recomendações médicas para o seu marido. Sua mãe era do lar e seu pai era madeireiro. Segundo a informante, há casos de empreendedores na família, como a cunhada, o irmão e um filho. A entrevistada iniciou as atividades como vendedora ambulante em Pontal do Paraná no ano de 2015.

A informante 4 já foi proprietária de dois restaurantes e uma lanchonete e atualmente concilia o trabalho de vendedora ambulante com vendas de salgados para festas. A empreendedora entrevistada trabalha todos os dias da temporada de

verão na praia e em alguns dias durante o inverno, no período noturno, ela comercializa seus produtos em uma rua próxima de sua residência.

Conforme a entrevistada, ela realizou curso de cozinheira e o treinamento de Vigilância à Saúde, realizado pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica na sede da AVAPAR.

Seus primeiros fornecedores eram da cidade de Curitiba, onde seu filho, que mora em Curitiba, levou alguns produtos para “começar a fazer os espetinhos”, no entanto, atualmente, a empreendedora adquire os produtos para preparação de seus espetinhos em um supermercado do balneário onde reside, onde ela diz que “como o dono já me conhece e sabe que eu só compro dele, ele faz mais barato pra mim”. Para comercialização de seus espetinhos, a empreendedora utiliza um carrinho, que ela considera como pequeno, mas que pretende para o próximo ano, adquirir um carrinho maior. A entrevistada adquiriu o carrinho através de seu marido, que “pegou o carrinho como parte de pagamento de um serviço de conserto de telhado porque a mulher que pediu para ele consertar, não tinha dinheiro para pagar pelo serviço naquele mês, só no mês que vem”. A entrevistada busca trabalhar de forma cooperativa, por acredita que dessa forma “pode ter melhores resultados”.

Quando começou a desenvolver atividades como vendedora ambulante, em 2015, o único conhecimento que ela tinha sobre esta atividade, era sobre o lugar onde teria que se cadastrar para se candidatar a uma vaga, a AVAPAR. A empreendedora decidiu começar a desenvolver atividades como vendedora ambulante, pois segundo ela: “moro em uma cidade turística e vem muito turista pra cá. Então, por que eu não posso colocar espetinho pra vender para os turistas e ganhar um dinheirinho com isso?”. A empreendedora decidiu ainda que iria comercializar espetinhos porque segundo ela: “espetinho seria mais prático do que outros alimentos, como pastel”. O período que a entrevistada costuma trabalhar é de quinta a sábado, durante o período de temporada de verão, por segundo ela, ser “o período que tem mais turistas na praia”.

A Informante 4 iniciou suas atividades utilizando capital financeiro próprio e teve retorno do investimento inicial nos primeiros dias de trabalho. No início das atividades, a empreendedora anotava as entradas e saídas, mas no decorrer do tempo, ela decidiu abrir uma poupança e depositar todo o rendimento da atividade de vendedora ambulante. No entanto, ela tem uma noção geral de quanto gasta e

recebe diariamente e segundo ela: “dá pra lucrar de 30% a 40% sem explorar ninguém”.

Segundo a entrevistada, a principal dificuldade encontrada na atividade se relaciona ao uso do carrinho, a qual menciona:

Um dia esquecemos que tinha farinha embaixo do carrinho e colocamos água para apagar a brasa e molhou tudo [...] são aquelas dificuldades de marinho de primeira viagem, mas agora a gente já sabe. (INFORMANTE, 5).

Segundo a informante 5, o produto que os turistas mais compram dos vendedores ambulantes na praia é o pastel e as reclamações dos turistas são por causa do “preço alto”.

Quanto ao futuro do turismo em Pontal do Paraná, a entrevistada espera a “colaboração de todos, tanto político quanto dos empreendimentos imobiliários e o comércio em geral” para atrair mais turistas para o município. Quanto ao futuro do trabalho de vendedor ambulante, a informante espera que os vendedores ambulantes façam mais parcerias entre si e diz que já viu melhoras na atividade, como a implantação de banheiros químicos na praia. Quanto ao seu futuro profissional, a empreendedora diz que “a ideia é fazer o controle nas finanças e alugar uma portinha comercial no final de 2016 ou 2017”, pois a entrevistada pretende trabalhar em um ponto fixo, comercializando espetinhos e salgados.

## **Informante 6**

O Informante 6 é do sexo masculino, tem 40 anos, é casado, tem 1 filho, estudou até a quarta série do Ensino Básico, é natural do Estado do Sergipe e mora desde 2001 no Balneário de Shangri-lá no Município de Pontal do Paraná. O informante se mudou para Pontal do Paraná após o divórcio da sua primeira esposa. Os pais do entrevistado eram agricultores e segundo ele, não há nenhum caso de empreendedor ou empresário na família.

O entrevistado trabalhou como vendedor ambulante em Salvador e como adestrador de cães em Sergipe e em São Paulo, onde morou antes de se mudar

para Pontal do Paraná. Atualmente, ele concilia as atividades de vendedor ambulante com o trabalho de pedreiro. Durante o período de baixa temporada o entrevistado trabalha como pedreiro e na temporada, segundo ele: “quando eu não pego algum serviço grande, eu trabalho como ambulante, se não, aí eu não trabalho”. O entrevistado complementa que trabalha como vendedor ambulante desde 2003 e que não desenvolveu atividades como vendedor ambulante em apenas dois anos.

O entrevistado já realizou cursos de armador de ferragens e de Vigilância à Saúde, que é realizado pelo Departamento Municipal de Vigilância Sanitária e Epidemiológica na sede da AVAPAR.

O Informante não realiza parcerias para o trabalho de vendedor ambulante e trabalha de forma competitiva, pois acredita que “precisa superar os concorrentes”. Quanto aos produtos que comercializa, são oriundos do Estado de Santa Catarina, que “tem um rapaz que entrega” diariamente o produto na casa do entrevistado. Segundo o entrevistado, seu primeiro carrinho para o comércio ambulante foi produção própria, mas, um tempo depois, o entrevistado comprou um carrinho maior.

O entrevistado afirma que já conhecia sobre a atividade de vendedor ambulante devido à sua experiência em Salvador. Quanto à atividade em Pontal do Paraná, ele comenta: “estava num ponto de ônibus conversando com um rapaz e o rapaz me explicou que a AVAPAR estava fazendo inscrição para vendedor ambulante. Aí eu fui lá e fiz”. Sobre os rendimentos da atividade de vendedor ambulante, ele complementa: “tem vez que dá dinheiro e outras vezes não dá. Mas o bom mesmo é o divertimento”.

O empreendedor decidiu vender milho verde pela praticidade e por não precisar de manipulação no momento da entrega ao cliente. Segundo ele, já comercializou pastel quando trabalhou como vendedor ambulante em Salvador e não gostou da experiência. Este entrevistado costuma desenvolver atividades como vendedor ambulante entre o feriado de sete de setembro e a Páscoa.

O empreendedor entrevistado iniciou suas atividades com capital financeiro próprio e afirma ter recuperado o valor investido no segundo dia de comercialização. O Informante 6 não realiza um controle financeiro formal, mas afirma ter noção de seu lucro diário com a atividade de vendedor ambulante.

A principal dificuldade que o Informante 6 encontrou no início das atividades como vendedor ambulante é relacionada ao transporte dos produtos para comercialização, devido ao peso dos produtos.

Conforme o Informante os produtos mais comprados pelos vendedores ambulantes são os alimentos, como milho verde, pamonha e pastel e a principal reclamação dos turistas é referente ao preço dos produtos comercializados pelos vendedores ambulantes.

O Informante 6 espera que no futuro sejam realizados investimentos e manutenções na orla municipal e que atividade de vendedor ambulante continue sendo realizada no município. Do seu futuro profissional, o entrevistado pretende comprar um terreno próximo da avenida (PR 412) e montar um comércio.

**ANEXOS**

ANEXO 1: FORMULÁRIO - PERFIL SOCIAL .....	171
ANEXO 2: FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS CENTRAIS EMPREENDEDORAS.....	173
ANEXO 3: FOLHA DE AVALIAÇÃO DO QUESTIONÁRIO PADRÃO DE AVALIAÇÃO DAS CCEs.....	176
ANEXO 4: FOLHA PARA CORRIGIR A PONTUAÇÃO DAS CCE'S .....	177
ANEXO 5: ROTEIRO EFFECTUATION – PROCESSO DE CRIAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS.....	178

## ANEXO 1: FORMULÁRIO - PERFIL SOCIAL

1. Idade: ..... Sexo: ( ) masculino ( ) feminino
2. Estado civil: ( ) solteiro ( ) casado ( ) outro: .....
3. Tem filhos? ( ) sim ( ) não Quantos? .....
4. Onde mora? Balneário: .....
5. Cidade e estado onde nasceu: .....
6. Há quanto tempo mora em Pontal do Paraná? .....
7. Grau de escolaridade:
  - ( ) Ensino básico: 1ª a 4ª série do 1º grau ( ) não estudou
  - ( ) Ensino fundamental: 5ª a 8ª série do 1º grau ( ) completo
  - ( ) Ensino Médio: 2º grau ( ) incompleto
  - ( ) Ensino técnico
  - ( ) Ensino Superior
8. Qual a profissão dos seus pais?
  - Pai: .....
  - Mãe: .....
9. Por que decidiu ser vendedor ambulante?
  - ( ) ganhar mais ( ) dificuldade de encontrar emprego
  - ( ) independência, autonomia, liberdade ( ) aposentadoria baixa
  - ( ) outra razão. Qual?

.....
10. Há quanto tempo trabalha como ambulante? ..... anos
11. Já trabalhou em outra atividade? ( ) sim ( ) não
12. Qual foi seu último trabalho?
 

.....
13. Já teve carteira assinada? ( ) sim ( ) não
14. Este é seu único emprego? ( ) sim ( ) não. Qual é o outro?
 

.....
15. Atualmente procura outro emprego? ( ) sim ( ) não
16. Em qual balneário de Pontal do Paraná você trabalha como ambulante?
 

.....
17. Em quais períodos você costuma trabalhar?
  - ( ) Todos os dias da temporada ( ) apenas finais de semana na temporada
  - ( ) finais de semana o ano todo ( ) feriados ( ) férias de julho
18. Quantas horas em média você trabalha por dia? ..... horas
19. Você é empregado de alguém? ( ) sim ( ) não
20. Você trabalha por conta própria? ( ) sim ( ) não
21. Você contribui atualmente para a previdência social? ( ) sim ( ) não
22. Você gostaria de mudar para um emprego com carteira assinada? ( ) sim ( ) não
 

Por quê? .....

.....

.....
23. Quais produtos você vende? .....

.....

.....

24. De onde vêm os produtos que você vende?

( ) Loja, mercado ou armazém de Pontal do Paraná

( ) Loja, mercado ou armazém de outro município do Litoral do Paraná

Qual município? .....

( ) Loja, mercado ou armazém de outro município. Qual município?

..... Estado:.....

( ) Outro. Qual? .....

25. Como você obtém os produtos para vender?

( ) Recursos próprios      ( ) O patrão fornece      ( ) Consignação

( ) Outra forma. Qual? .....

.....

26. Quanto você ganha líquido em média por dia? R\$ .....

Por semana? R\$ ..... Por mês? R\$ .....

Por temporada? R\$.....

Gostaria de fazer algum comentário ou observação? Qual? .....

.....

.....

## ANEXO 2: FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS CENTRAIS EMPREENDEDORAS

Este questionário se constitui de 55 afirmações breves. Leia cuidadosamente cada afirmação e decida qual descreve você da melhor forma (**considere como você é hoje, e não como gostaria de ser**). Seja honesto consigo mesmo. Lembre-se de que ninguém faz tudo corretamente, nem mesmo é desejável que se saiba fazer tudo.

1. Selecione o número que corresponde à afirmação que o descreve:
  - 1= nunca
  - 2= raras vezes
  - 3= algumas vezes
  - 4= usualmente
  - 5= sempre
  
2. Anote o número selecionado na linha à direita de cada afirmação. Eis aqui um exemplo:  
 Mantenho-me calmo em situações tensas:   2    
 A pessoa que respondeu nesse exemplo selecionou o número “2” para indicar que a afirmação a descreve apenas em raras ocasiões.
  
3. Algumas das afirmações podem ser similares, mas nenhuma é exatamente igual.
4. Favor designar uma classificação numérica para todas as afirmações.
5. Este questionário se constitui de diferentes etapas de sequência, leia atentamente todas as orientações.

**1 = nunca / 2 = raras vezes / 3 = algumas vezes / 4 = usualmente / 5 = sempre**

QUESTÃO	VALOR
1. Esforço-me para realizar as coisas que devem ser feitas.	
2. Quando me deparo com um problema difícil, levo muito tempo para encontrar a solução.	
3. Termino meu trabalho a tempo.	
4. Aborreço-me quando as coisas não são feitas devidamente.	
5. Prefiro situações em que posso controlar ao máximo o resultado final.	
6. Gosto de pensar no futuro.	
7. Quando começo uma tarefa ou projeto novo, coletei todas as informações possíveis antes de dar prosseguimento à eles.	
8. Planejo um projeto grande dividindo-o em tarefas mais simples.	
9. Consigo que os outros apoiem minhas recomendações.	
10. Tenho confiança que posso ser bem sucedido em qualquer atividade que me proponha executar.	
11. Não importa com quem fale, sempre escuto atentamente.	
12. Faço as coisas que devem ser feitas sem que os outros tenham de me pedir.	
13. Insisto várias vezes para conseguir que as pessoas façam o que desejo.	
14. Sou fiel às promessas que faço.	

15. Meu rendimento no trabalho é melhor do que o das outras pessoas com quem trabalho.	
16. Envolver-me com algo novo só depois de ter feito todo o possível para assegurar o seu êxito.	
17. Acho uma perda de tempo me preocupar com o que farei da minha vida.	
18. Procuro conselho das pessoas que são especialistas no ramo em que estou atuando.	
19. Considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa.	
20. Não perco muito tempo pensando em como posso influenciar as outras pessoas.	
21. Mudo a maneira de pensar se outros discordam energicamente dos meus pontos de vistas.	
22. Aborreço-me quando não consigo o que quero.	
23. Gosto de desafios e novas oportunidades.	
24. Quando algo se interpõe entre o que eu estou tentando fazer, persisto em minha tarefa.	
25. Se necessário, não me importo de fazer o trabalho dos outros para cumprir um prazo de entrega.	
26. Aborreço-me quando perco tempo.	
27. Considero minhas possibilidades de êxito ou fracasso antes de começar atuar.	
28. Quanto mais específicas forem minhas expectativas em relação ao que quero obter na vida, maiores serão minhas possibilidades de êxito.	
29. Tomo decisões sem perder tempo buscando orientações.	
30. Trato de levar em conta todos os problemas que podem se apresentar e antecipo o que faria caso sucedam.	
31. Conto com pessoas influentes para alcançar minhas metas.	
32. Quando estou executando algo difícil e desafiador, tenho confiança em meu sucesso.	
33. Tive fracassos no passado.	
34. Prefiro executar tarefas que domino perfeitamente e em que me sinto seguro.	
35. Quando me deparo com sérias dificuldades, rapidamente passo para outras atividades.	
36. Quando estou fazendo um trabalho para outra pessoa, me esforço de forma especial, para que fique satisfeita com o trabalho.	
37. Nunca fico totalmente satisfeito com a forma como são feitas as coisas; sempre considero que há uma maneira melhor de fazê-las.	
38. Executo tarefas arriscadas.	
39. Conto com um plano claro de vida.	
40. Quando executo um projeto para alguém, faço muitas perguntas para assegurar-me de que entendi o que quer.	

41. Enfrento os problemas na medida em que surgem, em vez de perder tempo antecipando-os.	
42. Para alcançar minhas metas, procuro soluções que beneficiem todas as pessoas envolvidas em um problema.	
43. O trabalho que realizo é excelente.	
44. Em algumas ocasiões obtive vantagens de outras pessoas.	
45. Aventuro-me a fazer coisas novas e diferentes das que fiz no passado.	
46. Tenho diferentes maneiras de enfrentar obstáculos que se apresentam para a obtenção de minhas metas.	
47. Minha família e vida pessoal são mais importantes para mim do que as datas de entrega de trabalho determinadas por mim mesmo.	
48. Encontro a maneira mais rápida de terminar os trabalhos, tanto em casa quanto no trabalho.	
49. Faço coisas que as outras pessoas consideram arriscadas.	
50. Preocupo-me tanto em alcançar minhas metas semanais quanto minhas metas anuais.	
51. Conto com várias fontes de informação ao procurar ajuda para a execução de tarefas e projetos.	
52. Se determinado método para enfrentar um problema não der certo, recorro a outro.	
53. Posso conseguir que pessoas com firmes convicções e opiniões mudem seu modo de pensar.	
54. Mantenho-me firme em minhas decisões, mesmo quando as outras pessoas se opõem energicamente.	
55. Quando desconheço algo, não hesito em admiti-lo.	

### ANEXO 3: FOLHA DE AVALIAÇÃO DO QUESTIONÁRIO PADRÃO DE AVALIAÇÃO DAS CCEs

#### **INSTRUÇÕES**

- Anote os valores no questionário de acordo com os números entre parênteses.  
**Observe que os números são consecutivos nas colunas.** Ou seja, a resposta nº 2 encontra-se logo abaixo a resposta nº 1, e assim sucessivamente.
- Atenção, faça as somas e subtrações designadas em cada fileira para poder completar a pontuação de cada CCE.
- Suas pontuações podem necessitar de correção. Verifique as últimas instruções.

Avaliação das afirmações	Pontuação	CCEs
$\frac{\quad}{(1)} + \frac{\quad}{(12)} + \frac{\quad}{(23)} - \frac{\quad}{(34)} + \frac{\quad}{(45)} + 6 = \underline{\quad}$		Busca de oportunidades e iniciativa
$\frac{\quad}{(2)} + \frac{\quad}{(13)} + \frac{\quad}{(24)} - \frac{\quad}{(35)} + \frac{\quad}{(46)} + 6 = \underline{\quad}$		Persistência
$\frac{\quad}{(3)} + \frac{\quad}{(14)} + \frac{\quad}{(25)} + \frac{\quad}{(36)} - \frac{\quad}{(47)} + 6 = \underline{\quad}$		Comprometimento
$\frac{\quad}{(4)} + \frac{\quad}{(15)} + \frac{\quad}{(26)} + \frac{\quad}{(37)} + \frac{\quad}{(48)} + 0 = \underline{\quad}$		Exigência de qualidade e eficiência
$\frac{\quad}{(5)} + \frac{\quad}{(16)} + \frac{\quad}{(27)} - \frac{\quad}{(38)} + \frac{\quad}{(49)} + 6 = \underline{\quad}$		Correr riscos calculados
$\frac{\quad}{(6)} - \frac{\quad}{(17)} + \frac{\quad}{(28)} + \frac{\quad}{(39)} + \frac{\quad}{(50)} + 6 = \underline{\quad}$		Estabelecimento de metas
$\frac{\quad}{(7)} + \frac{\quad}{(18)} - \frac{\quad}{(29)} + \frac{\quad}{(40)} + \frac{\quad}{(51)} + 6 = \underline{\quad}$		Busca de informações
$\frac{\quad}{(8)} + \frac{\quad}{(19)} + \frac{\quad}{(30)} - \frac{\quad}{(41)} + \frac{\quad}{(52)} + 6 = \underline{\quad}$		Planejamento e monitoramento sistemático
$\frac{\quad}{(9)} - \frac{\quad}{(20)} + \frac{\quad}{(31)} + \frac{\quad}{(42)} + \frac{\quad}{(53)} + 6 = \underline{\quad}$		Persuasão e rede de contatos
$\frac{\quad}{(10)} - \frac{\quad}{(21)} + \frac{\quad}{(32)} + \frac{\quad}{(43)} + \frac{\quad}{(54)} + 6 = \underline{\quad}$		Independência e autoconfiança
$\frac{\quad}{(11)} - \frac{\quad}{(22)} - \frac{\quad}{(33)} - \frac{\quad}{(44)} + \frac{\quad}{(55)} + 18 = \underline{\quad}$		Fator de correção

## ANEXO 4: FOLHA PARA CORRIGIR A PONTUAÇÃO DAS CCE'S

### INSTRUÇÕES:

- O fator de correção (o total da soma das respostas 11, 22, 33, 44 e 55) é utilizado para determinar se a pessoa tentou apresentar uma imagem altamente favorável de si mesma. Se o total for maior que 20, então o total da pontuação das 10 CCEs deve ser corrigido para poder dar uma avaliação mais precisa da pontuação das CCEs do indivíduo.
- Empregue os seguintes números para fazer a correção da pontuação:

Se o Fator de Correção for:	Faça a correção da pontuação de cada CCE, de acordo com o número abaixo:
24 ou 25	7
22 ou 23	5
20 ou 21	3
19 ou menos	0

- No passo seguinte você poderá fazer as correções necessárias

### FOLHA DE PONTUAÇÃO CORRIGIDA

Características	Pontuação Original	Fator de Correção	Total Corrigido
Busca de oportunidades e iniciativa	-	=	
Persistência	-	=	
Comprometimento	-	=	
Exigência de qualidade e eficiência	-	=	
Correr riscos calculados	-	=	
Estabelecimento de metas	-	=	
Busca de informações	-	=	
Planejamento e monitoramento sistemático	-	=	
Persuasão e rede de contatos	-	=	
Independência e autoconfiança	-	=	

## ANEXO 5: ROTEIRO EFFECTUATION – PROCESSO DE CRIAÇÃO DE EMPREENDIMENTOS

- **Controle de recursos: Quem são**

1. Sexo;
2. Idade;
3. Estado civil;
4. Número de filhos;
5. Escolaridade;
6. Cidade de origem?
7. Há quanto tempo mora em Pontal do Paraná?
8. Em qual balneário mora?
9. Motivos que o levaram a morar em Pontal do Paraná;
10. Qual era a ocupação de seus pais?
11. Existe algum empresário/empreendedor em sua família ou círculo de amigos? Quem?

- **Controle de recursos: O que elas conhecem**

12. Fale-me um pouco sobre sua formação e experiência profissional;
13. Qual seu último emprego? Quanto tempo trabalhou lá? Porque saiu de lá?
14. Você tem alguma outra atividade remunerada atualmente? Qual? Como concilia com o trabalho como ambulante?
15. Em quais áreas já participou de curso, palestra ou treinamento? (administração, vendas, marketing, gestão de pessoas, gestão financeira, turismo, atendimento ao público, vigilância sanitária, outra).

- **Controle de recursos: Quem elas conhecem**

16. Você trabalha com algum parceiro? Como e porque essas parcerias iniciaram? Você procurou outros parceiros ao mesmo tempo? Por quê?
17. Você trabalha de forma mais cooperativa ou competitiva? Por quê?
18. Descreva seus primeiros e atuais fornecedores de produtos para vendas e sobre como e onde adquiriu seu carrinho para trabalhar como vendedor ambulante;

- **Clareza de Objetivos iniciais**

19. Em que ano começou a trabalhar como ambulante?
20. Você dispunha de algum conhecimento ou informação sobre o trabalho como vendedor ambulante?
21. Quando e como você viu na atividade de vendedor ambulante uma possibilidade de obtenção de renda? Como foi o início das suas atividades?
22. Como você decidiu quais e quanto de produtos iria vender e o período em que iria trabalhar? Você fez algum tipo de pesquisa para tomar essa decisão?

- **Tolerância às perdas e Investimentos iniciais**

23. De onde veio o capital para iniciar suas atividades?
24. Você já recuperou o valor investido inicialmente para trabalhar como ambulante? Se não, em quanto tempo espera recuperar?
25. Você tem controle financeiro de quanto gasta e quanto recebe por dia, mês, ano ou temporada? Como faz esse controle?

- **Alavancagem sobre contingências – Surpresas e dificuldades iniciais**

26. Que surpresas/ dificuldades surgiram no seu caminho? Como você lidou com isso?
27. Quais os produtos que os turistas mais compram dos vendedores ambulantes?
28. Quais as principais reclamações dos turistas quanto ao comércio ambulante como um todo/ em geral em Pontal do Paraná?
29. O que você espera para o futuro do turismo em Pontal do Paraná?
30. E do trabalho de vendedor ambulante nesse município?
31. O que você espera do seu futuro profissional?