



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



# **EMPREENDEDORISMO E CRIATIVIDADE NO SETOR INFORMAL: o caso dos ambulantes da praia de Boa Viagem – PE**

**Jéssica Thaise Targino Dos Santos**  
**jessicathaise@hotmail.com**  
**UFPE**

**Jéssica Maria Muniz Cortês**  
**jmmcortes8@gmail.com**  
**UFCEG**

**Maria Caroline Carneiro**  
**mariacarolinec@yahoo.com.br**  
**UFPE**

**Jussara Palmeira dos Santos**  
**jussara\_palmeira@hotmail.com**  
**UFPE**

**Resumo:** O trabalho informal ganhou destaque a partir da década de 70 quando a OIT iniciou um programa de pesquisa sobre o setor informal da economia. Este artigo analisou, sob a ótica sobre empreendedorismo e criatividade, parte do setor comercial informal da praia de Boa Viagem no Recife. O estudo teve como objetivo observar o perfil dos vendedores informais, mais especificamente os vendedores de caldinho, os produtos e serviços oferecidos e as estratégias que utilizavam para atrair clientes, e como usavam a criatividade para chamar a atenção em meio aos concorrentes. A metodologia utilizada foi à observação participante no período de março a junho de 2014. Nesta perspectiva, o presente artigo expõe diferentes visões de diferentes autores das áreas de setor informal, empreendedorismo e criatividade como: Melo e Teles (2000), Ulyssea (2006), Fernandes (2008), Macêdo et al (2009), Hisrich e Peters (2004) e Whiting (1988). Através da observação se pôde concluir que o setor informal da praia de Boa Viagem é formado por empreendimentos familiares e ambulantes que oferecem produtos e serviços semelhantes e que, para se diferenciar e se destacar da concorrência, utilizam meios e discursos criativos para a promoção de suas atividades e para a criação de seus negócios.

**Palavras Chave:** Setor Informal - Empreendedorismo - Criatividade - -



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGeT**  
SIMPOSIÓ DE EXCELENCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



## **1 INTRODUÇÃO**

O trabalho informal ganhou destaque a partir da década de 70 quando a Organização Internacional do Trabalho – OIT iniciou um programa de pesquisa sobre o setor informal da economia no Quênia e na América Latina (OIT, 1972,1973). A precariedade do mercado de trabalho e a pouca oferta de empregos formalizados em alguns países, principalmente os subdesenvolvidos, fez florescer atividades informais para suprir as necessidades socioeconômicas dos indivíduos que buscavam o provimento de suas famílias.

O setor é caracterizado por um excedente de mão de obra que trabalha sem carteira assinada e de maneira autônoma. Dentre as várias categorias de trabalho informal se encontram os vendedores ambulantes que vendem diversos produtos desde de brinquedos a alimentos e também oferecem serviços variados.

No Brasil o número de trabalhadores informais é elevado, chegando a cerca de 33% da população do país em 2014 (IPEA; MTE, 2014). Entre estes se encontram muitos jovens que decidem criar seus próprios negócios já que não conseguem espaço no mercado de trabalho formal. Neste contexto ganha importância a capacidade empreendedora dos indivíduos que querem sua independência econômica. Entre as características do sujeito empreendedor estão a capacidade de inovar, disponibilidade a correr riscos, proatividade e a criatividade. Esta última está relacionada tanto ao desenvolvimento do negócio quanto às formas de promovê-lo e mantê-lo.

Neste artigo, foram observadas as atividades dos vendedores ambulantes que exercem suas atividades na praia de Boa Viagem na cidade do Recife, Pernambuco. O objetivo da observação foi fazer um retrato destes trabalhadores do setor informal, empreendedores que utilizam a criatividade para alavancar seus negócios.

O artigo está dividido em introdução, revisão de literatura onde foi feito um levantamento sobre tópicos relativos a empreendedorismo e criatividade, uma seção que descreve os procedimentos metodológicos utilizados para a produção do artigo, uma sobre as considerações a respeito das informações observadas e, por último, as limitações e sugestões para novas pesquisas.

## **2 REVISÃO DE LITERATURA**

Nesta seção serão discutidos tópicos e dados concernentes ao tema do setor informal, e de que maneira o empreendedorismo e criatividade são utilizados pelos trabalhadores informais como forma de alavancar seus negócios. Inicialmente será tratado o setor informal, seguido da seção sobre empreendedorismo e criatividade, respectivamente.

### **2.1 O SETOR INFORMAL**

A discussão a respeito do tema informalidade deu-se início na literatura das ciências sociais nos anos 70, a partir do programa de pesquisa da Organização Internacional do Trabalho - OIT. O mesmo foi desenvolvido com o estudo sobre o Quênia (OIT, 1972) e posteriormente, na América Latina, com o trabalho a respeito do emprego na República Dominicana em 1973, também realizado pela OIT. A concepção de setor informal difundiu-se velozmente no decorrer do período que compreende os anos 70 a 90, de tal maneira que o perfeito entendimento do conceito foi dificultado. O tema tem sido objeto de estudo e diversas discussões do mercado de trabalho-latino americano, nas últimas décadas (MELO; TELES, 2000).



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGeT**  
SIMPOSIÓ DE EXCELENCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento

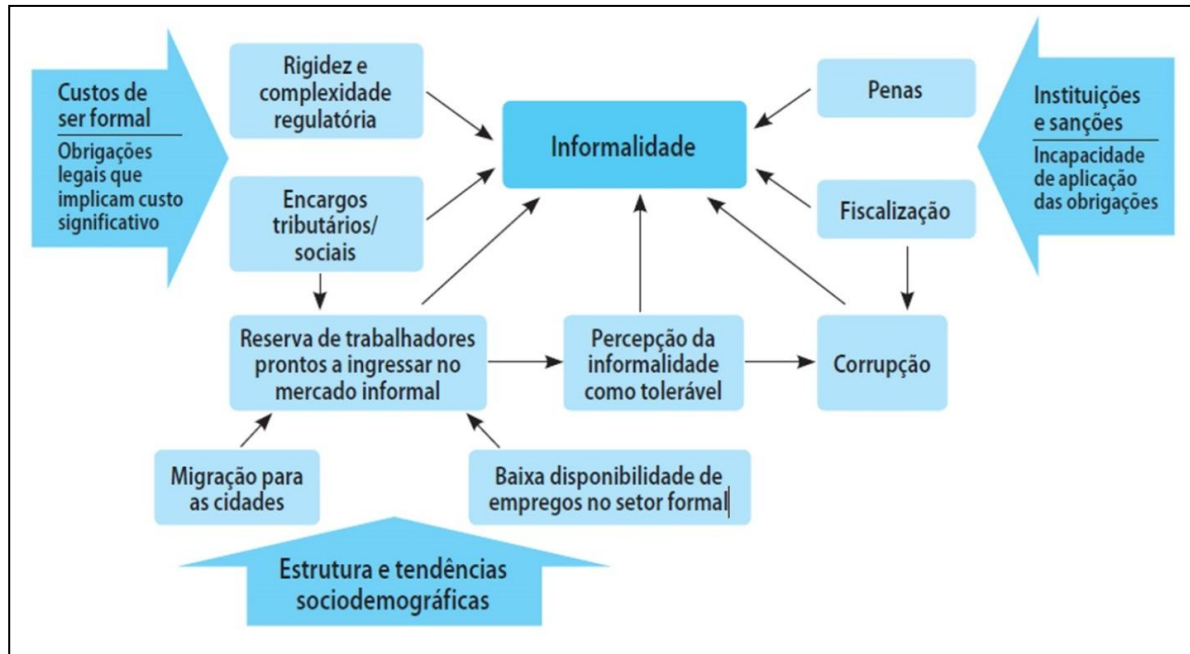


Os estudos realizados nos países desenvolvidos, sobre a economia informal, elucidavam esse acontecimento como um excedente de mão de obra transitória na economia e que a mesma, regressaria para a formalidade à medida que o crescimento econômico avançasse. Entretanto, o que de fato ocorreu, divergiu do esperado: os empregos estáveis e em tempo integral têm sido substituídos por uma nova forma de organização produtiva, a qual se caracteriza por uma imensa flexibilização nas relações de trabalho (MELO; TELES, 2000).

Quando se trata do cenário brasileiro, observa-se que desde o início dos anos 80, o mercado de trabalho do país se caracteriza por um alto volume de trabalhadores sem contrato formal. No ano de 1981, aqueles que trabalhavam sem carteira constituíam por volta de 28% da população ocupada (IBGE, 1981). Ao longo da década de 1980, houve uma pequena elevação nesse número no primeiro triênio, mas pode-se dizer que o índice de informalidade permaneceu estável nesse período. Todavia, a partir de 1990 deu-se início um processo de ascensão sem precedentes no grau de informalidade no mercado de trabalho brasileiro, perfazendo um aumento de dez por cento ao fim da década de 90. Quando consideramos ainda, os trabalhadores ditos “por conta própria” como parte do setor informal, este panorama é ainda mais alarmante, uma vez que, em 2002, estas duas ocupações (sem carteira e conta própria) representavam aproximadamente metade da força de trabalho do Brasil (ULYSSEA, 2006).

Segundo dados da pesquisa Economia Informal Urbana, realizada em 2011 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2012), a parcela de pessoas com 16 anos ou mais de idade ocupadas no mercado de trabalho brasileiro passou de 45,3% para 56% entre 2001 e 2011. No entanto, informações que datam de 2011, mostram que o contingente de mão de obra informal somava 44,2 milhões de pessoas, em torno de 22% do total da população brasileira, estimada em cerca de 193 milhões. Segundo o instituto, a região Nordeste apresentou em 2011 umas das menores taxas de formalidade no país, 38%. O mercado de trabalho brasileiro continua apresentando uma queda contínua nos níveis de informalidade. Em 2012, essa taxa se fixou em 34%. Assim como nos últimos anos, em 2013 essa tendência foi percebida. O percentual médio do trabalho informal neste ano ficou em 33%. “A propensão à queda deve ser a tônica para este ano. Em janeiro de 2014, o índice ficou em 32,2%, a mais baixa já encontrada para esse mês em todos os anos”, afirmou Carlos Henrique Corseuil, diretor-adjunto da Diretoria de Estudos e Políticas Sociais (Disoc) do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), no lançamento do *Boletim do Mercado de Trabalho (BMT)* (IPEA; MTE, 2014).

Tais dados mostram a relevância do tema, assim como dos esforços de promoção da regulamentação e formalização desse setor, com enorme potencial para contribuir com o desenvolvimento econômico e social do país. A Figura 1 apresenta uma síntese dos fatores que culminam na informalidade e suas interações concernentes.



**Figura 1:** Fatores da informalidade e suas interações.

**Fonte:** McKinsey Consulting (2003)

Da mesma maneira, a literatura econômica relacionada à informalidade no mercado de trabalho nacional, começa a ser notória por volta do fim da década de 80 e início dos anos 90. Até aquele momento, os trabalhos produzidos se agrupavam fundamentalmente na discussão do que é o setor informal e qual seria o melhor modo de defini-lo. De certo, esta não é uma peculiaridade da academia brasileira, uma vez que uma parcela irrelevante da literatura internacional tem se destinado a essa discussão, no que diz respeito à definição do conceito de setor informal. Ainda assim, não existe um consenso quando se trata dessa questão, e disso provêm umas das particularidades mais marcantes da literatura relacionada à informalidade no mercado de trabalho, a imensa multiplicidade de definições de setor informal, empregadas tanto em trabalhos teóricos quanto empíricos (ULYSSEA, 2006).

A falta de caráter normativo e oficial é inerente às diversas definições atribuídas ao setor informal. O mesmo não acontece quando se trata da sua denominação. Desta maneira, os debates e discussões a despeito do setor informal, indicam denominações como: subemprego, emprego disfarçado, estratégia de sobrevivência, trabalho (não-estruturado, não-organizado, submerso, invisível, não-protetido) entre outras (FERNANDES, 2008).

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o setor informal da economia é um setor, aos quais os trabalhos estão atrelados às pequenas unidades de produção e serviços, cujo empregador, na maioria das vezes, também é um empregado, podendo contar com a ajuda de familiares. Destarte, conforme o IBGE (2003), pode-se afirmar que setor informal é:

A unidade econômica de propriedade dos trabalhadores por conta própria e de empregadores com até cinco empregados. Ainda evidencia que a ausência de registro em carteira de trabalho não deve ser utilizada como critério único para definição do mercado informal, à medida que a lógica do mesmo diz respeito ao modo de funcionamento da unidade econômica e não do seu status legal ou das relações que as mantêm com as autoridades públicas.



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

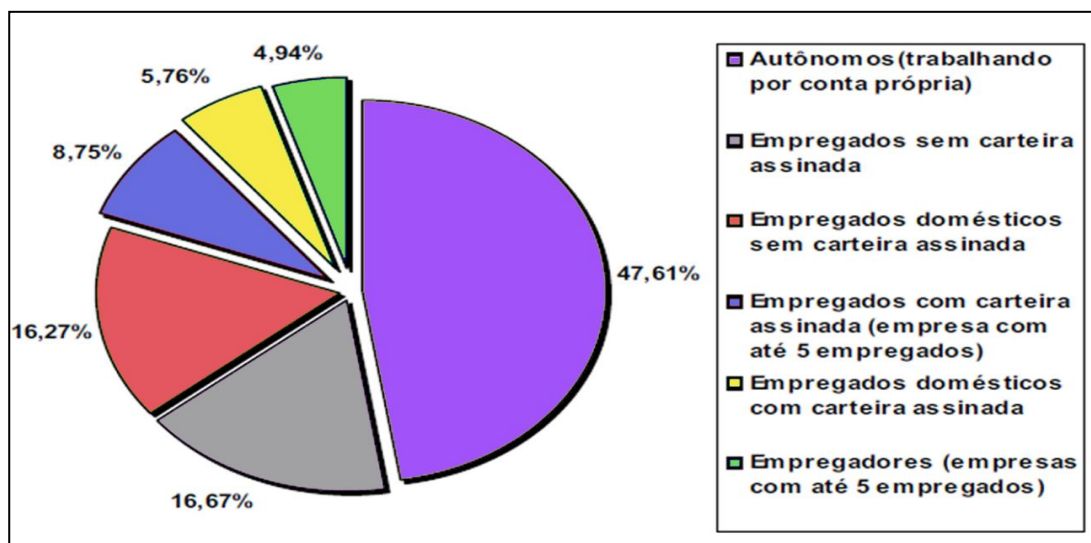
**XII SEGeT**  
SIMPOSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



Ainda no que diz respeito ao conceito, deve-se dar a devida importância para a definição da compreensão que é atribuída aos termos *informal* e *informalidade*. O “setor informal” da economia é formado por trabalhadores que agem à margem da lei e dos segmentos modernizados da economia. Já a “informalidade”, aludi, formalmente, ao não cumprimento das normas de proteção aos trabalhadores consistindo, fundamentalmente na ausência de contribuição para a previdência social entre outros fundos financeiros de participação, os quais favorecem a própria classe trabalhadora valorizando, sobretudo, sua força de trabalho (FERNANDES, 2008).

O termo “trabalho informal” pode ser conferido a inúmeras atividades que são desempenhadas à margem ou fora da legislação trabalhista, todavia a exceção de algumas ressalvas. Ao passo que o número de desempregados aumenta, cresce também o volume de pessoas que buscam se encaixar de alguma maneira no setor informal. Afinal, é um ambiente onde há vaga para todos, embora devam enfrentar as dificuldades inerentes ao setor. Isto diz respeito a um campo que absorve pessoas de ambos os sexos, com ou sem formação escolar, das mais diversas faixas etárias, entre outras tantas características que as distinguem, mas todas com um objetivo em comum: garantir uma renda financeira (FERNANDES, 2008).

De acordo com Fernandes (2008), dentre as diversas categorias de trabalhadores que compõem o setor informal, está a figura do trabalhador autônomo ou por conta própria, que somados representam a maior parte do setor. Entre os representantes desta vertente estão os camelôs, donos de pequenos negócios, barraqueiros, feirantes, ambulantes, etc.



**Gráfico 1:** Alguns segmentos de trabalhos do setor informal da economia

**Fonte:** Dedecca (2007).

Neste contexto, segundo os autores Willians e Nadin (2010) analisam o empreendedorismo no setor informal da economia. Sendo essa, em termos gerais, um domínio considerável que está longe de ser definido como marginal, fadado a poucas ocupações e/ou setores.





28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPOSIUM DE EXCELENCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



## 2.2. EMPREENDEDORISMO E CRIATIVIDADE

Entre as tantas habilidades relevantes que o ser humano possui, pode-se destacar a sua aptidão a conferir significado às coisas, ao passo que essa capacidade possibilita a sua relação com o mundo, atribuindo propósito aos seus feitos, projetos sociais e experiências. Ao explorarmos a gênese do significado da expressão empreendedor, constata-se de fato a habilidade do ser humano de conferir e ressignificar o entendimento de uma palavra. Nesse contexto, esse processo contínuo de transformação do significado da palavra se deve às mudanças do cenário social vigente em cada época (MACÊDO *et al.*, 2009).

A origem do vocábulo empreendedor está diretamente relacionada ao termo francês *entrepreneur*, o qual era utilizado no século XII para fazer referência àqueles que incentivavam brigas. No entanto, posteriormente, no século XV, o termo *entrepreneur*, já adotado pela língua francesa, passou a ser sinônimo de alguém que se responsabiliza por algo, um gerente ou campeão (BOAVA, 2006).

A definição do que significa ser um empreendedor evoluiu ao longo dos anos, enquanto a economia global se transformava, tornando-se mais complexa (MACÊDO *et al.*, 2009). Desde o seu gênese, quando o termo era usado para designar atividades específicas, a ideia de empreender passou a ter uma nova formulação e abrangência, inserindo definições associadas às pessoas e não a suas ocupações. Os fatores inovação, risco e criação de riqueza foram aperfeiçoados à medida que evoluíam os estudos da criação de novos empreendimentos (HISRIC; PETERS, 2004).

De acordo com Dornelas (2005, p.39), “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidade”.

Segundo Hisrich e Peters (2004, p.29), empreendedorismo

é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

Chiavenato e Sapiro (2003) corroboram com o conceito, acrescentando que não são apenas fundadores de grandes organizações que são empreendedores, mas, sim todos os indivíduos que exploram oportunidades, iniciam projetos criativos, assumem riscos e inovam continuamente. Dolabela (2008) afirma que o empreendedor é visto como o “motor da economia”, um agente de mudanças. Há diversos estudos conceituando o termo e os autores oferecem uma gama variada de definições, não obstante, uma das mais antigas conforme Dornelas (2005) é a do economista Joseph Shumpeter (1949) que diz ser empreendedor aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.

Outra definição objetiva, mas bastante abrangente, na compreensão de Dolabela (2008) é a de Fillion (1991) para quem o empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões. Atualmente, outra vertente, além da faceta econômica e do enfoque comportamental procura esclarecimentos para o ato de empreender (BRUYAT; JULIEN, 2000). Ela possui uma visão mais integradora e parte de um paradigma construtivista que entende o fenômeno através das relações do indivíduo com a criação de novos valores, interagindo com o ambiente, em um processo ao longo do tempo.

Tanto do ponto de vista do processo empreendedor quanto do ponto de vista do indivíduo, a criatividade sempre se fez presente. Abordagens construtivistas tem por objetivo,



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPOSIO DE EXCELENCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



esclarecer o assunto de maneira que o processo empreendedor seja percebido dentro de uma representação conceitual onde se relacionam indivíduo, criatividade, inovação e mudança dentro de um ambiente e ao longo do tempo, para que surja a atividade ou o evento empreendedor (BRAZEAL; HERBERT, 1999).

Neste aspecto a criatividade não só faz parte da atividade empreendedora como também é um elemento essencial, sem o qual, não seria possível a atividade. Essa discussão tem reunido os conceitos de empreendedorismo e criatividade, e diversos pesquisadores têm indicado que a última é tão importante para a sobrevivência em longo prazo das organizações quanto o é para as áreas científicas, artísticas e de pesquisa e desenvolvimento (TERRA, 2000; UNSWORTH, 2001).

Neste ponto é que converge a outra faceta da inter-relação entre o empreendedorismo e a criatividade. Tanto o indivíduo empreendedor quanto o indivíduo criativo parecem concernir a um mesmo grupo, com características psicológicas, de personalidade e de comportamento análogos. Essa é a conjuntura defendida por Whiting (1988) que ao analisar as características do indivíduo relativamente mais criativo, notou-se que as mesmas se manifestam com suficiente reprodução no indivíduo relativamente mais empreendedor. O Quadro 1, traz uma lista das características comumente conferidas, a indivíduos tidos como empreendedoras.

**Tabela 1:** Características comumente conferidas a indivíduos empreendedores.

1. <i>Lócus</i> Interno de Controle	11. Tolerância à incerteza, ambiguidade
2. Determinado, perseverante	12. Necessidade de poder
3. Enérgico, diligente	13. Orientado ao lucro
4. Propensão ao risco	14. Experiência de trabalho prévia
5. Necessidade de realização	15. Dinâmico, líder
6. Criativo, inovador	16. Habilidade em se relacionar com os outros
7. Proativo, iniciativa	17. Sensibilidade para com os outros
8. Flexível	18. Preditor
9. Resposta positiva frente a desafios	19. Egoísta
10. Independe	20. Cooperativo

**Fonte:** INÁCIO JR. (2002)

Por sua vez, o Quadro 2 demonstra as características retratadas por Whiting (1988), que se baseou na revisão de obras de pesquisadores da esfera de criatividade. Ao confrontar as características dos Quadros 1 e 2, conclui-se que ao menos, os primeiros dez tópicos podem ser emoldurados em uma das quatro descrições conferidas a indivíduos relativamente mais criativos. Vários deles são sinônimos, e outros são associações diretas com o conceito das características do primeiro quadro.



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPOSIUM DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



**Tabela 2:** Características do indivíduo relativamente mais criativo.

<b>Características</b>	<b>Breve descrição</b>
Independente	Não é constrangido por outros; é ao contrário das regras; possui um desrespeito saudável para com o saber convencional (há um modo melhor); segue padrões de pensamentos diferentes, flexível e possui padrões internos de excelência e realização.
Orientado à realização	Tem responsabilidade; persistente; toma iniciativa; focado no esforço; alto investimento de energia.
Curioso	Olha por si próprio; explora assuntos atentamente; atraído pelo desconhecido, novo, complexo e desafiador; tolera bem ambiguidade.
Autoconfiante	Alta estima/ eficácia; <i>Locús</i> Interno de Controle; otimista.
Imersão profunda	Se põe completamente envolvido, fica muito conhecedor em áreas distintas; pensa em seu negócio quando se ocupa de outras tarefas; distraído com o tempo; busca informações pertinentes.

**Fonte:** WHITING (1988)

Além de que, outros estudos que buscam concatenar determinadas características às pessoas criativas, também demonstram as mesmas congruências, ou seja, várias delas são passíveis de serem relacionadas a pessoas empreendedoras e vice-versa. Dentre as características mais corriqueiras constatadas nos estudos de Kneller (1978) e King e Anderson (1995) apontadas por Terra (2000, p. 42) estão: tolerância à incerteza e ambiguidade; autoconfiança; comportamento não convencional; originalidade; motivação intrínseca; inteligência acima da média; determinação para o êxito; humor e inconformismo. Todas igualmente encontradas no indivíduo empreendedor (Quadro 1). Essa aproximação conceitual entre as áreas de empreendedorismo e criatividade enseja o pensamento que se pense na viabilidade de investigar de forma empírica como estes fenômenos podem estar relacionados na prática empreendedora.

Os indivíduos empreendedores utilizam da criatividade para inovar nos serviços e produtos que vão oferecer, como também para elaborar as formas de promovê-los e atrair consumidores. Na próxima seção, serão abordadas estratégias criativas de promoção e marketing que podem ser utilizadas por estes empreendedores para alavancar seu negócio.

Através de observação participante, foram investigados os aspectos abordados na revisão teórica a respeito de parte do comércio informal existente na praia de Boa Viagem, na cidade do Recife, Pernambuco.





28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPOSIO DE EXCELENCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A observação participante é a técnica pela qual o pesquisador participa da comunidade ou cultura sendo investigada, mas mantém uma posição analítica ou observacional para que seja capaz de descrever e interpretar padrões, relações, entendimentos e significados atribuídos pelos sujeitos do estudo (TACCHI *et al*, 2003). Godoi e Balsini acreditam que a observação participante possui uma "capacidade de representação do paradigma interpretativo superior à do estudo de caso" (2006, p. 97) ao considerar a característica de imersão do pesquisador no contexto investigado, inerente à pesquisa qualitativa aqui desenvolvida.

A observação se deu durante entre os meses de março e junho de 2014 nos fins de semana (sexta-feira a domingo), excetuando-se dias de chuva, e teve como alvo as atividades dos vendedores informais que têm suas atividades desenvolvidas na praia de Boa Viagem na cidade do Recife. Foram observados o perfil dos vendedores ambulantes, os produtos e serviços oferecidos e as estratégias que utilizavam para atrair clientes, ou seja, como usavam da criatividade para chamar a atenção em meio a tantos concorrentes, entre eles os estabelecimentos formais.

A maior parte dos dados coletados pela observação diz respeito aos vendedores ambulantes de "caldinhos", produto alimentício bastante popular entre os Recifenses e consumindo frequentemente na orla pernambucana.

A seguir, serão expostos os dados observados e será feita uma interpretação com base na literatura revisada.

### 4 CONSIDERAÇÕES

A praia de Boa Viagem, a mais famosa praia urbana do Recife, possui intenso movimento comercial e de consumidores. Grande parte do comércio é formado por estabelecimentos que oferecem serviços de bar e é o que atrai as pessoas. São guarda-sóis dispostos por toda faixa de areia com espaços delimitados pela prefeitura da cidade.

Como forma de complementar os serviços ofertados por este comércio formal, existem os ambulantes que vendem vários tipos de alimentos, bebidas, brinquedos como pipas e bolas, além de serviços como aluguel de piscinas. Durante o período da observação, realizada no período diurno, pôde-se perceber um perfil geral destes trabalhadores. Em sua maioria, ofereciam alimentos típicos da região, como queijo coalho, açaí e os famosos caldinhos. Os vendedores trabalhavam sozinhos ou em grupos e era jovens e adultos entre 16 e 30 anos.

O foco do presente artigo foram os vendedores de caldinho, produto bastante consumido em toda a cidade. Apesar de pertencerem ao setor do comércio informal, pois trabalham por conta própria, esta categoria não é, de forma alguma, desorganizada. Como grande parte dos empreendedores, os vendedores de caldinhos empregam seus familiares, entre eles adolescentes. Existe uma estrutura fixa onde se produzem os caldinhos e jovens, em sua maioria homens, passam pelas barracas oferecendo seus produtos. Numa mesma localidade podem ser encontradas três ou mais ambulantes oferecendo este produto específico aos consumidores.



**Figura 2:** Vendedor de caldinho do Recife

**Fonte:** Portal G1 PE, 2013.

Assim como as organizações formais, o setor informal também enfrenta a concorrência. Como citado anteriormente, estes empreendedores que buscam sua subsistência através do trabalho autônomo ficam na mesma localidade que muitos outros que oferecem os produtos e serviços semelhantes. Por causa disso, como empreendedores e, por consequência, criativos e inovadores, precisam lançar mão de estratégias para se diferenciar e conquistar consumidores. Não dispondo de meios regulares para fazer sua promoção, a única forma de chegar aos clientes é através da apresentação do próprio produto e/ou por *slogans* que promovam seus serviços. No caso da praia de Boa Viagem, foi observado que a criatividade ganha lugar na boca dos ambulantes que saem de barraca em barraca expondo suas habilidade de publicitários.

Um exemplo é de um vendedor que trabalha para um grupo familiar que vende caldinhos. Para se diferenciar dos concorrentes e até mesmo dos que trabalham com ele, o ambulante utilizava do humor para descrever seu produto. Uma de suas frases para promover o caldinho de camarão ele dizia:

*"Venha sentir as emoções!! Isso não é um caldinho de camarão, é uma pescaria completa. Vem com lagostas se bronzeando ao redor do copo"*



**Figura 3:** Caldinhos

**Fonte:** Portal G1 PE, 2013.



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPOSIUM DE EXCELENCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



O mesmo vendedor também se destacava por incrementar o caldinho e fazer uma apresentação mais elaborada, demonstrando preocupação em agradar os clientes.

Como forma de aumentar o consumo de seus produtos, alguns vendedores também passaram a aceitar cartão de crédito e débito, demonstrando sua capacidade empreendedora e administrativa, além de sua preocupação com o bem-estar do cliente.

Ao analisar as informações observadas, concluiu-se que a maior parte dos vendedores ambulantes pertencentes ao setor informal busca autonomia financeira. Seus empreendimentos são em grande parte familiares e compostos por jovens, tendo como líderes alguém mais velho. Fazendo um contraponto com a teoria revisada, percebeu-se que as características do empreendedor citadas por Inácio Jr. (2002) e do indivíduo relativamente mais criativo expostas por Whiting (1988) se encaixam na realidade dos ambulantes da praia de Boa Viagem que utilizam sua criatividade como meio de fomentar seus lucros e realizar suas atividades. Outro ponto em comum com a teoria é a utilização da criatividade não só para a promoção dos produtos e serviços como também para a criação dos mesmos. O aluguel de piscinas para crianças foi um que chamou atenção. Já que é desaconselhado às pessoas que tomem banho de mar pelo perigo de ataque de tubarões, esta é uma boa alternativa para quem quer se refrescar no calor recifense.

Tendo exposto os pontos de vista de diferentes autores e analisando os dados observados, parte-se para o relato das limitações e sugestões para futuras pesquisas na próxima seção.

## 5 LIMITAÇÕES E SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS

Pela pouca disponibilidade dos ambulantes da praia para dar entrevistas (o constante movimento não permitiu que paralisassem suas atividades para falar com as pesquisadoras), não foi possível realizar entrevistas em profundidade o que enriqueceria a pesquisa. No entanto, a aplicação desta técnica fica como sugestão para futuras pesquisas para complementar os dados observados.

Outra sugestão é a replicação da pesquisa em outros locais onde haja presença do setor informal da economia e atividades empreendedoras, não só em ambientes de praia já que é uma realidade constante no Brasil, além de empregar novas metodologias para explorar diferentes pontos de vista que possam ampliar o conhecimento acerca do assunto e trazer novas soluções e ideias tanto para a academia quanto para o próprio setor informal.

## 6 REFERÊNCIAS

**BOAVA, D. L. T.** Estudo sobre a dimensão ontológica do empreendedorismo. Londrina, 2006. Dissertação (Mestrado), UEL.

**BRAZEAL, D. V; HERBERT, T. T.** The genesis of entrepreneurship. *Entrepreneurship. Theory and Practice*, v. 23 n. 3, p. 29-45, Spring 1999.

**BRUYAT, C; JULIEN, P.** Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, v. 16, p. 165-180, 2000.

**CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A.** Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

**COUTINHO, K.** Caldinho é o tira-gosto mais tradicional nas praias do Recife. Jan. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/peernambuco/noticia/2013/01/caldinho-e-o-tira-gosto-mais-tradicional-nas-praias-do-recife.html>>. Acesso em: 29 de julho de 2014.



28 · 29 · 30  
de OUTUBRO

**XII SEGET**  
SIMPOSIÓ DE EXCELENCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA  
TEMA 2015  
Otimização de Recursos e Desenvolvimento



**DEDECCA, CLÁUDIO Salvadori.** Setor Informal e informalidade no Brasil. *Ciência Hoje. Revista de Divulgação Científica da SBPC*, Rio de Janeiro, v. 39, n. 234, p. 18-23, jan./fev. 2007.

**DOLABELA, F.** O segredo de Luisa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

**DORNELAS, J. C. A.** Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

**FERNANDES, G. O.** Setor Informal da Economia e a Dinâmica dos Territórios nas Praias da Cidade do Natal/RN. 2008. 167 f. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal do Rio Grande do Nordeste.

**HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.** Empreendedorismo. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

**IBGE** - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisas Econômicas Informais Urbanas. Trabalho informal atinge 60% da população. 2003. Disponível em: <<http://www.fianceone.com.br/notícia.php?lang=BR&nid=4735>>. Acesso em: 01 de outubro de 2014

\_\_\_\_\_. Pesquisa Mensal de Emprego (PME), 1981.

\_\_\_\_\_. Síntese de Indicadores Sociais – Uma análise das condições de vida da população brasileira, 2012.

**INÁCIO JR, E.** Empreendedorismo e liderança criativa: um estudo com os proprietários-gerentes de empresas incubadas no estado do Pr. Dissertação de Mestrado, 2002.

**IPEA** - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada/ MTE - Ministério do Trabalho e Emprego. Mercado de trabalho: conjuntura e análise. Brasília, v.1, n.0, fev. 2014.

**MACÊDO, F. M. F.; BOAVA, D. L. T.; COSTA, A. L. S.** Empreendedorismo em ambiente de incubação de empresas. XII Semead – FEA/USP, 2009. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/12semead/resultado/trabalhosPDF/956.pdf>>. Acesso: em 01 de outubro de 2014.

**MCKINSEY CONSULTING E COMPANY.** Eliminando as Barreiras ao Crescimento Econômico e à Economia Formal no Brasil. (São Paulo, 2003). Disponível em: <[http://www.etco.org.br/user\\_file/ETCO\\_McKinsey\\_Diag\\_Informalidade.pdf](http://www.etco.org.br/user_file/ETCO_McKinsey_Diag_Informalidade.pdf)>. Acesso em: 09 de junho de 2014.

**MELO, Hildete Pereira de. TELES, Jorge Luiz.** Serviços e Informalidade: o comércio ambulante no Rio de Janeiro. 2000.

**OIT** – Organização Internacional do Trabalho (OIT). Employment, incomes and equality: a strategy for increasing productive employment in Kenya. Genebra, 1972.

**PPA/UEM**, Maringá, 2000.

**TERRA, J. C. C.** Gestão da Criatividade. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, v. 35, n. 3, p. 38-47, jul./set. 2000.

**ULYSSEA, G.** Informalidade no mercado de trabalho brasileiro: uma resenha da literatura. *Revista de Economia Política*, vol. 26, nº 4 (104), pp. 596-618, outubro-dezembro/2006.

**UNSWORTH, K.** Unpacking Creativity. *Academy of Management Review*, v. 26, n. 2, p. 289-97, 2001.

**WHITING, Bruce G.** Creativity and Entrepreneurship: How do they relate? *The Journal of Creative Behavior*, v. 22, n. 3, third quarter, p. 178-83, 1988.

**WILLIAMS, C. C.; NADIN, S.** The nature of entrepreneurship in the informal sector: evidence from England. *Journal of Developmental Entrepreneurship* [1084-9467], vol. 15, No. 4 (2010) 361-378.