

## Estratégias na Economia Informal: Perfil e Ações Empreendedoras

**Autoria:** Heliani Berlatto dos Santos, Eduardo Eugênio Spers, Caio César Coelho Rodrigues

### Resumo

O objetivo geral da pesquisa foi caracterizar o perfil dos empreendedores informais e as suas estratégias empreendedoras adotadas em um município. As estratégias empreendedoras escolhidas foram a visão de futuro, a visão gerencial do negócio, o financiamento e, principalmente a perspectiva de adoção do MEI em termos de perfil ideal, intermediário e não desejável. Os tipos de negócios informais objetos deste estudo foram o camelódromo, ambulantes fixos, ambulantes de praça e trailers. Na abordagem qualitativa foram entrevistados 28 empreendedores e na quantitativa 79. Diferenças sugerem ações específicas para cada grupo em relação a adoção do MEI.

**Palavras-chave:** economia informal, camelôs, empreendedores

### 1. Introdução

Os pequenos comerciantes podem ser considerados como empreendedores quando considera-se que o espírito empreendedor se legitima a partir de um conjunto de características como: inovação, capacidade de assumir riscos, busca por ampliar o negócio e autoconfiança (FILION, 1999, DORNELAS, 2008, VASCONCELLOS; CORREA, 2013). A partir do momento em que existe um negócio há conceitos empreendedores como a visão estratégica para sustentar a sobrevivência do negócio.

Entre os pequenos empreendedores estão os considerados informais. Em geral, a economia informal pode ser definida como um setor da economia que compreende todos aqueles que não estão formalizados, que não possuem carteira assinada, não emitem notas fiscais e não possuem benefícios como; férias, remuneração fixa, aposentadoria. Estes ainda não possuem empregados registrados e não pagam impostos. Compreende desde ambulantes, flanelinhas, lavadores de carro, pedreiros, manicure, entre outros, até aqueles que trabalham com prostituição e produtos ilegais (OIT, 2002). A Organização Internacional do Trabalho (OIT) considera a economia informal como um reflexo da economia formal no sentido em que esta absorve parte dos desempregados, em momentos de crise, e também está associada a baixa renda. Importa considerar que a venda de produtos ilegais ocorre, segundo esta organização, pela ineficiência do Estado e não deve ser considerada ao tratar a economia informal como um todo. Historicamente esse tipo de comércio informal era uma atividade praticada normalmente para pessoas com algum tipo de deficiência ou idosos, e que o aglomerado dessas pessoas mudavam a paisagem dos centros urbanos (BRANDÃO, 2009, RODRIGUES; THOMAZ, 2005).

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e a OIT reconhecem que a economia informal faz parte da economia como um todo e que há um potencial empreendedor. São divididos como: camelôs, centros urbanos, atividades autônomas e micro empresas.

Estes grupos que ainda vivem da informalidade (IBGE, 2005) sobrevivem a partir de suas próprias estratégias e ações empreendedoras e são objeto de políticas públicas. Na busca por minimizar a informalidade e dar mais garantias às pessoas que vivem sob essa condição, o governo criou a figura do Microempreendedor Individual (MEI). A Lei do MEI foi criada em 2008 e proporciona uma nova identidade jurídica para pequenos empresários que tem receita de até 60 mil reais por ano. Entre os benefícios estão o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), regularização da empresa, redução da carga tributária, direito a aposentadoria, seguro saúde e registro de um empregado (Lei n. 11598, 2007). Para o governo, tal lei deve ser reconhecida como uma possibilidade de saída da informalidade e um meio do empreendedor crescer e formalizar dentro das categorias de empresas existentes (o simples nacional, por exemplo). O MEI é de caráter transitório, ou seja, o indivíduo deve se sustentar na

informalidade somente enquanto não tem capacitação para crescer e melhorar seu negócio. O intuito é que ele se torne um microempreendedor ou encontre um emprego formal.

Para contribuir com futuros estudos sobre o tema e identificar o tipo de perfil ideal para as políticas públicas em relação ao MEI, o objetivo geral da pesquisa foi caracterizar o perfil dos empreendedores informais e as suas estratégias empreendedoras. As estratégias empreendedoras escolhidas foram a visão de futuro, a visão gerencial do negócio, o financiamento e, principalmente a perspectiva de adoção do MEI em termos de perfil ideal, intermediário e não desejável. Os tipos de negócios informais objetos deste estudo foram: camelódromo, ambulantes fixos, ambulantes de praça e trailers.

## 2. Revisão da Literatura

### 2.1 Empreendedorismo e Estratégia

O empreendedorismo tem-se configurado como uma atividade importante para geração de renda, uma vez que proporciona desenvolvimento econômico, diminui o desemprego e dinamiza a economia, isto devido à necessidade de inovação de processos e produtos para manter vivo o negócio. Dornelas (2008) coloca que para empreender é necessário unir pessoas e processos, o que levará à discussão e à transformação de diversas ideias em oportunidades. Filion (1999, p. 19) sustenta que o "empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios."

Quanto à caracterização dos empreendedores, não há uma definição precisa. Segundo Dolabela (1999), é imprescindível que o microempreendedor consiga trabalhar sozinho e aprenda com seus próprios erros, além de trabalhar com metas e buscar sempre *feedbacks* para procurar melhorar seu negócio, suas habilidades e capacidades, e também de ser perseverante, comprometido, otimista, autoconfiante e sonhador, sabendo planejar e controlar o uso de seus recursos. McClelland (1972), difere da visão de Dolabela (1999) ao ressaltar a necessidade da formação de um bom *networking*, a importância de agregar continuamente conhecimentos e assumir riscos calculados.

Timonns (1994) sugere características semelhantes, acrescentando ainda o senso de oportunidade e de responsabilidade social, o uso do humor para enfrentar barreiras bem como encarar como algo normal as dificuldades, e o controle de ações praticadas de modo impulsivo. Em contrapartida, Bhidé (2004), defendeu a inexistência de um perfil ideal, afirmando que existem vários perfis e que todos eles têm seus aspectos relevantes que implicarão em determinada vantagem, não o melhor ou o pior; assim, define-os por meio de contrapontos, ou seja, podem ser gregários ou taciturnos, analíticos ou intuitivos e cautelosos ou ousados.

Dornelas (2008) e Filion (1999) destacam características como a capacidade de atingir metas e objetivos, de modo a sempre aumentar o desafio e o perfil visionário dos empreendedores; além da criatividade que se permeia na ideia de que um empreendedor, este deve pensar de modo diferente a fim de alcançar soluções que o leve a promover a melhoria na qualidade de vida daqueles que se ligam direta ou indiretamente as suas atividades. Tais autores apontam que a criatividade vai além de se pensar diferentemente da maioria e de ser inovador; ela se relaciona à saída de rotina e à inspiração, e está ligado ao modo como a pessoa vê o mundo e os fatos, e os considera como uma oportunidade para ser a diferença e contribuir para uma ideia, além utilidade para a sociedade. Dornelas (2008) difere dos demais autores ao tratar a liderança como característica essencial aos empreendedores, e por destacar a importância dos empreendedores para a dinamização da economia através da utilização do capital intelectual para criar valor à sociedade.

Segundo Vasconcellos e Correa (2013), a motivação dos empreendedores se impulsiona por dois parâmetros: empreendedores de necessidade e de oportunidades. Os empreendedores de

necessidade caracterizam-se por entrarem nesta atividade em razão da dificuldade de inserção no mercado de trabalho e a insatisfação com o emprego, e as atividades que desempenham implica na procura de uma atividade qualquer que favoreça o ganho de renda para sua subsistência. Em contrapartida, empreendedores de oportunidade são aqueles utilizam a percepção para notar o que o é vantajoso e/ou proporciona a possibilidade de sucesso e crescimento do negócio; tais pessoas apresentam as habilidades e competências necessárias por si só, agindo de forma natural, ou então por terem sido submetidos a repetitivos esforços de motivação. Ressalta-se ainda outras motivações capazes de impulsionar a atividade empreendedora, tais como, a necessidade de independência pessoal, autorrealização, acesso a mídias potenciais, como as redes sociais, e o capital humano.

Vasconcellos e Correa (2013), considera que a atividade empreendedora é livre o suficiente para mudar a visão e a finalidade de quem a empreende; isto ocorre, pois, tal atividade permeia-se no desenvolvimento do negócio segundo competências que podem ser conquistadas por meio de cursos profissionalizantes, uso de mídias e meios de comunicação para agregar conhecimento, treinamentos para a criação de habilidades como negociação, comunicação e visão de aspectos gerenciais e financeiros. Desta forma, a motivação inicial não reflete necessariamente, no sucesso do negócio, e sim, o modo pelo qual leva seu empreendimento, contemplando as diferentes motivações iniciais e inserindo-se no mercado a fim de adequar-se, analisar e saber suprir as oportunidades proporcionadas no cotidiano.

Como visto, o empreendedor pode entrar na atividade em detrimento de sua condição financeira não se configurar com a mais favorável; neste contexto, o empreendedorismo de necessidade é uma forte tendência visto que a procura por uma atividade de geração de renda vem se tornando rotineira, devido à redução dos postos de trabalho e a consequente carência de emprego. Embora, haja um grande número de abertura de novos negócios, o número que é obrigado a fechar as portas no primeiro ano, ultrapassa consideravelmente à metade dos empreendimentos (VASCONCELOS; CORREA, 2013)

Para Amaro e Brunstein (2013), um empreendedor necessita de algumas características essenciais para alavancar seu negócio e torná-lo promissor no seu ramo de atuação, ou seja, carece da incorporação progressiva de conhecimento que se baseia no saber fazer de forma eficaz e eficiente as atividades do negócio (aplicação do conhecimento).

Nota-se que a experiência e a vivência apresentam grau de importância elevado para o preparo de um empreendedor, e desta forma vem a ser relevante a tendência de criações de incubadoras de negócio onde é possibilitado que o indivíduo aprenda, adquira conhecimento e os teste através do dia a dia. Tal fato vem agregar valor para o empreendedor, pois, este tem a oportunidade de viver um laboratório do que enfrentará na realidade, bem como identificar se realmente sente paixão em empreender a ponto de consolidar seu futuro negócio (AMARO; BRUNSTEIN, 2013).

Não obstante, para alavancar um negócio, é indispensável que haja investimento, porém investir implica em assumir riscos o que leva à falência de grande parte dos empreendimentos novos. Segundo Schnaider *et al.*, (2013), um fator que viria reduzir o receio perante aos investimentos é a discriminação dos direitos, que se dá ao realizar um investimento, para que a pessoa tenha segurança de que tudo o que foi aplicado não irá se perder, além do modo como irá usufruir desses bens e/ou atributos. Por isso, a quantidade de investimentos feitos relaciona-se diretamente com o volume de conhecimento que se tem perante aos direitos de propriedade legais e econômicos, ou seja, quanto mais conhecimento houver acerca destes direitos maior será o grau de investimento.

Diante disso, embora não haja uma única definição sobre empreendedorismo, vê-se que o camelódromo como estrutura que mais conecta a camelotagem (ato de ser camelô) á órgãos públicos por meio da permissão de uso do espaço, apresenta a possibilidade de que, as

pessoas que ganham a vida com o camelódromo, enquanto comerciantes, possuem características empreendedoras.

Além disso, há a perspectiva de que a sua motivação e as características como criatividade e determinação com um perfil visionário podem levar um camelô a um crescimento dentro do ramo de negócios.

## 2.2 Economia informal

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2013) define economia informal como empresas ou unidades produtivas que não cumprem regulamentações econômicas ou fiscais, de modo a afetar a economia informal criando uma situação de concorrência desleal.

Originalmente o setor informal era generalizado como toda e qualquer atividade produtiva sem o devido registro, e, portanto essas pequenas unidades produtivas não possuíam nenhum tipo de apoio ou benefícios por parte do governo, definindo também um uso de tecnologia atrasada e uma baixa capacidade produtiva (FRANÇA, 2002)

Também é entendido como toda atividade que não pode ser formalizada, apesar de existirem outros nomes como economia subterrânea e economia submersa. O nome “informal” é o que definiu por fim, todo e qualquer trabalhador sem carteira assinada o que confunde esses trabalhadores com aqueles que trabalham por conta própria, esse conceito também pode acrescentar a parcela ilegal da economia (SILVA, 2002)

Para Silva (2002) entender os ambulantes requer considerar duas importantes situações: a primeira em relação a ilegalidade; o setor informal muitas vezes está associado à ilegalidade, porém sabe-se que a criminalidade está em todas as áreas da sociedade, assim há uma diferenciação entre economia informal e ilegalidade. Tanto em âmbito nacional ou internacional a noção de economia informal contempla a economia ilegal, como por exemplo, a venda de drogas ou produtos ilícitos, porém para fins dessa pesquisa, as duas situações serão desagregadas. A segunda situação se faz quanto aos autônomos, ainda que este grupo não possua carteira assinada é possível que ele seja regularizado ao realizar previdência e com ela a sua situação não é de ilegalidade, apenas de informalidade (SILVA, 2002).

Apesar da ideia de que a economia informal afeta negativamente a economia formal por conta da competição, uma pesquisa realizada por Rodrigues e Thomaz (2005) aponta que as empresas informais podem ser menos produtivas que as formais pela dificuldade em obter crédito, dificuldade em acessar serviços do governo e possuir uma mão-de-obra menos qualificada.

Desse modo há uma divergência entre os benefícios de ambas as partes, economia formal e informal, tendo como fatores regulamentadores, principalmente os impostos, e os benefícios de ser informal, além da facilidade da produção.

A economia informal no Brasil pode ser organizada do mesmo modo que as unidades produtivas formais, de acordo com Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) que define cada unidade produzida de acordo com o seu produto principal. Porém uma das grandes preocupações no mercado informal é a localização das mesmas (IBGE, 2005).

Desse modo, pode-se separar as partes da economia informal, os assalariados e os pequenos comerciantes ou autônomos. Apesar de ambos não estarem regulamentados, os primeiros ainda possuem uma legislação para a regulamentação, enquanto que os pequenos comerciantes e os autônomos possuem uma legislação protecionista e uma nova opção de regulamentação: o microempreendedor individual.

Segundo tais divisões ressaltadas e visto o esforço do governo federal em proteger estes comerciantes, percebe-se que a economia informal vem ganhando importância na geração de renda nacional, principalmente se forem desconsideradas as atividades ilegais, e excluindo os

trabalhadores assalariados e sem registro em carteira, e os autônomos. A partir disto, consegue-se selecionar uma parcela de pequenos comerciantes com ou sem ponto fixo que realizam a tarefa de vender e distribuir bens e serviços para a população em geral, podendo classificá-los de acordo com a sua localização entre ambulante e camelô.

O ambulante e o Camelô possui um pequeno comércio de qualquer tipo de produto, e o vende sem um lugar próprio pode ser classificado em dois grandes grupos; camelô: aquele que vende seu produto em um ponto fixo, podendo ele ser dentro de um conjunto comercial como um camelódromo ou simplesmente nas ruas ou praças da cidade mudando assim seu visual (MENDES; CAVEDON, 2012); Ambulantes: comerciantes que vendem seus produtos andando pelas ruas da cidade sem um ponto fixo (SOUZA, 1982). Segundo Rodrigues (2008), pode estar de passagem pela atividade de camelô com metas de voltar ao mercado de trabalho, ou de ampliar seu negócio, como também pode precisar dessa atividade para a sua sobrevivência, dando a possibilidade de uma acomodação pessoal. Segundo Souza (1982), o camelô é um personagem urbano com um ponto fixo que exerce sua atividade em locais movimentados em busca de clientes. Tal atividade em centros comerciais aumentou, e a sua presença muitas vezes não é vista com bons olhos para a sociedade em geral, e é nesse sentido que foram criados os camelódromos, conjuntos de box cedidos pela prefeitura, que constituem um corredor comercial com os mais variados itens a venda. (MENDES; CAVEDON, 2012)

O camelódromo está cada vez mais presente nas cidades brasileiras, foi a melhor forma de organizar a crescente massa da economia informal em um único local, sem poluição visual. Dentro da economia informal existem vários temas a serem estudados, como a importância desse setor para a economia, a qualidade de vida desse grupo, sua percepção, e também a sua estrutura de organização (BRANDÃO, 2009).

### **2.3 Microempreendedor individual**

Segundo Dornelas (2001), o empreendedorismo ganhou força no Brasil somente a partir da década de 1990, com a abertura da economia que propiciou a criação de entidades como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX), antes desse momento o termo empreendedor era praticamente desconhecido e a criação de pequenas empresas era limitada, em função do ambiente político e econômico nada propício do nosso país (LOPES, 2011). Assim, tal popularização iniciada na década de 90 contribuiu para a crescente participação deste tipo de empresa na economia do País. O papel de destaque da modalidade ganhou ainda mais força com a entrada em vigor da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, em 2007, e da Lei do Microempreendedor Individual, em 2008 (BRASIL, 2013).

Nos últimos cinco anos, em média, mais de 600 mil novos negócios, foram registrados no Brasil. E os Microempreendedores Individuais (MEI), não computados naqueles números, já somam mais de 3,5 milhão de registros até hoje. Podem aderir ao programa donos de pequenos negócios que faturam anualmente até R\$ 60 mil. O registro é feito pela internet e emite o Certificado de Condição do Microempreendedor Individual (CCMEI) e com ele o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), o alvará de funcionamento e o registro no INSS. (BRASIL, 2013)

O Programa criado pelo Governo para incentivar a atividade empreendedora (MEI) visa reduzir a pobreza do país por meio de políticas que incentivam a economia, como o crédito facilitado (microcrédito), incentivos fiscais (isenção de alguns impostos e alíquotas reduzidas para outros) e, benefícios como a previdência, participação em licitações públicas, licença maternidade e cursos profissionalizantes.

Desta forma, percebe-se que o empreendedorismo vem crescendo no país, e tal atividade é permitida não apenas pela característica consolidada de que para empreender é necessário ser ousado e assumir riscos, mas também pelo fato da necessidade de sobrevivência que faz com

que o indivíduo agarre oportunidades. Neste âmbito, é proporcionado ao microempreendedor o suporte necessário para abrir seu negócio ou formalizar o que já possui para obter vantagens. Também há de se considerar que o microempreendedor age de forma muitas vezes instintiva, pois, assim como mostram pesquisas apresentadas no presente estudo, a maior parte que exerce esta atividade são pessoas de menor grau de escolaridade (nível médio em sua maioria e uma parcela significativa com fundamental incompleto), e mesmo assim, tem a percepção de oportunidade. Tal oportunidade não se reflete apenas nas baixas taxas tributárias e também benefícios, mas também na percepção do melhor espaço para abrir seu negócio.

Por isso, embora seja considerado como algo complexo que exige aprofundados estudos, o ambulante que adere a esta categoria de empresa, consegue distinguir o espaço ideal que há uma grande demanda do produto que comercializa segundo o comércio local já existente e a rotatividade local representada pelas preferências e hábitos de consumo da clientela.

Segundo Lopes (2011), existe grande resistência dos empreendedores individuais em aderirem à Lei do Micro Empreendedor Individual, uma vez que preferem trabalhar na ilegalidade, visando não pagar impostos e tributos ao governo, onde ficariam vulneráveis às multas que podem ser aplicadas pela Receita Federal.

É corriqueiro a busca de informações sobre os pontos de acesso do SEBRAE por parte dos empreendedores. Geralmente esses pequenos empresários fazem a primeira procura objetivando tirar dúvidas e, posteriormente realizam o cadastro do micro empreendedor individual.

Esses pequenos empreendedores sentem a dificuldade de inovar o seu empreendimento já que as linhas de crédito são baixas, e também pelo número de funcionários que na maioria das vezes são até mesmo parentes que trabalham sem carteira assinada para ajudar nas despesas domésticas, o local de funcionamento na maioria das vezes é na própria residência para reduzir os custos do funcionamento dessa empresa.

Uma das maiores dificuldades pelas linhas orientadoras para a formalização do empreendimento é a falta de informação. Na maioria das vezes a pessoa não tem um grau de estudo e não tem noção de quanto custa para estar legalizando, não conhece quais impostos devem ser pagos, por mais que eles identifiquem o seu negócio não são capazes de assumi-lo, em razão disto, na maioria das vezes o negócio fecha rapidamente ou continua inadimplente, não havendo nenhuma procura pelo contador ou qualquer outro tipo de auxílio (LOPES, 2011).

Apesar desta preocupação com a escolaridade do Microempreendedor, dados do próprio cadastro para a formalização do MEI indicam que pouco mais de 60% dos MEIs possuem escolaridade correspondente ao ensino médio, técnico completo ou mais, diferindo dos dados relativos ao Brasil inteiro, que indicam uma porcentagem de aproximadamente 40% da população brasileira como possuidora deste nível de escolaridade.

Contudo a porcentagem de inadimplência entre os MEIs é de 53,75% e segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) (2013) este índice de inadimplência decorre em virtude da facilidade de cadastro como Microempreendedor Individual juntamente da falta de acompanhamento dos mesmos após a emissão do Certificado de Condição do Microempreendedor Individual (CCMEI).

O Micro Empreendedor Individual se configura como uma alternativa para a formalização de fácil acesso, porém quando seu enfoque são indivíduos sem um grau de formação razoável, o índice de inadimplência e desistência do negócio pode ser alto, além disto, em pesquisa realizada pelo IPEA relacionando o número de microempresas que se desfizeram, o número de empresas informais e o número de MEIs constatou que:

Mostrando que embora o MEI seja um instrumento facilitador da formalização, sua característica de baixa responsabilidade o torna atrativo para Microempresas que a tornarem

seus funcionários MEIs possuem menos carga tributária e menor responsabilidade quanto à declaração anual, ao uso de contador e o registro de funcionários.

### 3. Metodologia

A partir dos objetivos propostos para esse estudo foi possível caracterizá-lo como exploratório e descritivo. A abordagem de pesquisa teve caráter qualitativo e quantitativo. A abordagem qualitativa foi direcionada à economia informal (camelôs, ambulantes, pontos fixos) e a quantitativa aos MEIs. Optou-se por investigar também os MEIs, visto estes, em sua grande maioria, terem começado na Economia Informal. Ambas as abordagens buscaram evidenciar aspectos relacionados ao perfil demográfico, tipo de negócio, conhecimento sobre o MEI, financiamento, capacitação, concorrência, espaço físico, mudança e futuro, imagem própria e dos outros, e perfil empreendedor. Foram objetos de estudo pessoas residentes na cidade de Piracicaba/SP que atuam na economia informal e cadastraram-se como MEI.

No tocante a Economia Informal foram identificados quatro grupos para a realização das entrevistas, sendo; primeiro grupo (9 pessoas) - *box* no camelódromo; segundo grupo (8 pessoas) - ambulantes fixos dispersos na cidade de Piracicaba; terceiro grupo (5 pessoas) - ambulantes fixos na Praça José Bonifácio (centro da cidade); e quarto grupo (6 pessoas) - proprietários de *trailers*. Sobre os MEIs foram 79 casos válidos para análise.

Tendo em vista o caráter misto da pesquisa (quali/quant), as análises dos resultados se pautaram em análise de conteúdo (BARDIN, 1979) para as entrevistas e uma análise multivariada (HAIR, et. al., 2009) para os dados quantitativos obtidos com os questionários aplicados aos MEIs.

### 4. Discussão dos resultados

#### Em relação à Economia Informal

Consegue-se identificar os entrevistados de acordo com a localização dos mesmos, essa diferenciação se deu a partir das diferenças encontradas em cada um dos grupos, tendo então, os entrevistados do camelódromo, os ambulantes fixos das áreas suburbanas do município, os comerciantes da praça central (praça José Bonifácio) e os donos de Trailers, as suas características sócio demográficas estão representadas na figura 1.

Perfil	Camelódromo (9 entrevistados)	Ambulantes Fixos (8 entrevistados)	Praça (5 entrevistados)	Trailer (6 entrevistados)
Idade	58,3	62	54	46,3
Gênero	3 mulheres e 6 homens	1 mulher e 7 homens	3 mulheres e 2 homens	5 mulheres e 1 homem
Grau de escolaridade	Fundamental I.	Fundamental I	Fundamental I	Chega ao superior
Tempo de atuação	13,7	14,7	20,6	11,3
Estado Civil	2 solteiros, 2 casados, 5 divorciados	Majoria casado	1 solteiro, 3 casados, 1 amasiado	1 Solteiro, 4 casados, 1 divorciado
Acesso a internet	Não tem acesso	5S. -3N.	2S. -3N.	4S. - 2N.
Necessidades Especiais	2 Poliomelite	Não	Não	Não
Renda mensal	R\$ 2.000	R\$2.000- R\$3.000	R\$ 3.000	> R\$3.000
O que vende	Roupas acessórios e bijuterias	5 alimentos	4 alimentos	Alimentos

Figura 1: Caracterização da amostra geral

Por meio da análise de conteúdo foi possível criar três categorias. Estas categorias revelam o caminho que a economia informal deve seguir. São elas:

Categoria 1 - Perfil ideal: perfil da pessoa que está muito perto de sair da informalidade, crescendo no negócio ou conseguindo um emprego formal;

Categoria 2 - Intermediário: indivíduos que com algumas ações da Secretaria iriam para o perfil ideal, a eles faltam uma das características como capacitação, ou visão de futuro.

Categoria 3 - Não desejável: dificilmente iriam para o Perfil ideal, esses indivíduos possuem características que os afastam muito das categorias anteriores.

### Em relação ao Camelódromo

O perfil não desejável da economia informal inclui pessoas com mais idade e pouca escolaridade o que impede a ampliação do negócio e a capacitação, existem pessoas que veem o camelódromo como uma atividade fixa na qual ela poderá se apoiar por longos períodos de tempo.

Algumas habilidades como a de negociação, fazer financiamentos e até mesmo entender a funcionalidade do MEI são interessantes de serem exploradas no Perfil intermediário e ideal, contudo elas não estão presentes em todos os entrevistados do camelódromo.

	Perfil	Perfil empreendedor	Visão Gerencial	Visão de Futuro	Financiamento	Preço e concorrente	MEI	Imagem do Camelódromo
Ideal	Mínimo de escolaridade para acompanhar cursos e capacitação, e idade para trabalhar em uma empresa ou montar seu negócio	É criativo e inovador e entende as necessidades do cliente, vê o risco como um desafio	Sabe lidar muito bem com assuntos de gerência como custos, lucro estoque e financiamento	Quer ampliar o negócio para uma loja	Faz financiamento com segurança e utiliza o dinheiro como um investimento	Se diferencia dos vizinhos e entende como dar preço ao produto	Conhece bem o MEI, é atento às responsabilidades que o mesmo implica	Quer sair do camelódromo, pois já possui a capacitação e o perfil empreendedor necessário
Intermediário	Idade na qual a pessoa ainda veja a possibilidade e de crescer e consiga correr atrás de ampliar o negócio	É criativo e inovador, contudo vê o risco como uma barreira para crescer	Tenta fazer alguns relatórios de compra e venda, mas nada muito sofisticado	Apesar de pensar em ampliar se sente estabilizado no camelódromo	É inadimplente ou não utiliza o dinheiro como investimento	Pensa no custo e no Lucro, contudo não se diferencia dos companheiros	Ter ouvido falar, mas não foi atrás de saber o que é, ou ser MEI e não entender suas vantagens	Lugar de apoio que pode ser temporário, contudo não quer sair dali
Não desejável	Muita Idade e baixa escolaridade, Por não conseguir desenvolver e crescer na atividade	Possui medo de ampliar e não busca informações nem tenta inovar	Não faz nem a anotação de compra e venda	Não possuem perspectiva de futuro por algum motivo:	Não faz financiamento por ser inseguro ou faz e não consegue pagar por mal planejamento	Dá o preço sem pensar, olha somente no preço do vizinho de box	Ser MEI inadimplente ou não saber da possibilidade e de formalização	Lugar no qual ele se apoia até a morte

Figura 2: Categorias Camelódromo



Percebeu-se também que os ambulantes do camelódromo eram divididos quanto à percepção de sua própria imagem, no sentido de que, alguns deram o parecer de que o camelódromo é um ambiente transitório, porém outros o identificaram como um ambiente para pessoas de idade e deficientes, tratando-se ali de uma questão social.

Um dos fatores limitantes do camelódromo se torna a concorrência, visto que o grupo como um todo possui certa sintonia quanto a preço e produto, de forma que a inovação não se faz presente, somente em raras ocasiões onde há produtos diferentes sendo vendidos.

### Em relação aos Ambulantes fixos

A grande diferença dos pontos fixos para com o camelódromo é a autonomia, apesar de conhecer outros ambulantes os dos pontos fixos vendem coisas variadas e possuem uma maior diferenciação no negócio por não trabalharem no ambiente camelódromo, contudo alguns apresentam empecilhos para o desenvolvimento de seu perfil de não desejável para intermediário e ideal.

Essas barreiras são bem parecidas com as do camelódromo como: a idade, a escolaridade, a capacitação busca por informações, assumir riscos e visão de ampliação do negócio.

	Perfil	Perfil empreendedor	Auto imagem	Visão de Futuro	Financiamento	Capacitação	MEI
Ideal	Pouco tempo de atuação no mercado informal, idade não muito alta	Vai expandir seu negócio	Igual a de um comerciante e entende que deve ter habilidades como a simpatia	Quer crescer na atividade, e se tornar Microempresaria	Faz com a certeza de pagar, e se programa para isso	Possuem capacitação e correm atrás de curso de interesse para a atividade	Procura saber o que é MEI, ou até é MEI
Intermediário	Tempo médio de atuação, não quer aprender coisas novas, e pensa que o bairro em que está é o máximo de vendas que ele pode atingir	Busca possibilidades de expandir seu negócio	Enxergam as vendas como a de um comerciante mas às vêem como uma oportunidade e de sobrevivência	É ambulante por necessidade, mas enxerga a possibilidade de crescer	Têm medo de fazer e se endividar	Possui capacitação em outras áreas, ou não buscam se informar mais apesar de ter algum curso	Ouvir falar e não saber suas vantagens
Não desejável	Muito tempo de atuação na atividade, muita idade e pouca escolaridade.	Não busca expandir, e nem assumir riscos	Enxergam a atividade ambulante como um simples ganha pão	Não vê como crescer na atividade, o motivo de ser ambulante é uma renda extra	Não faz por medo, ou faz e se endivida	Não possuem cursos de capacitação e não fazem questão.	Não conhece o MEI

Figura 3: Categorias Ambulantes Fixos das áreas periféricas

### Em relação a Praça José Bonifácio

Os ambulantes da praça possuem uma maior independência no negócio, porém a perspectiva de futuro é bem baixa, pois eles gostam do que fazem e ficariam ali até que pudessem, contudo existe uma concorrência que gera a busca de maiores informações sobre o MEI, sobre capacitação e inovação o que melhora a indicação de perfil empreendedor de alguns entrevistados.

Apesar dessa relativa independência notou-se uma necessidade do poder público que indicaria o melhor caminho para esses ambulantes saírem da condição de informal.

	Perfil	Perfil empreendedor	Visão do negócio	Visão Gerencial	Financiamento	Auto Imagem	MEI
Ideal	Pouco tempo de atuação	Gostam do que fazem e assumem riscos para começar um negócio maior, e são criativos	Quer mudar para melhor e está correndo atrás disso	Entende de estoque e custo, fez cursos do mesmo	Faz e acha bom, sabem onde investir	Definem o ambulante como pessoa sem estudo, com idade avançada e sem outra opção de vida	Já é MEI e cumpre com as obrigações, pensando em vantagem com os fornecedores
Intermediário	Médio tempo de atuação e vem de uma atividade inferior a essa	Não assumem riscos mas são criativos dentro dos limites da atividade	Pensa em mudar para melhor, mas não corre atrás	Faz uma contabilidade simples, as vezes com ajuda	Faz mas investe o dinheiro onde não há retorno	vêm quem não deve ser ambulante e é quem tem outra opção	Conhece mas não se interessa
Não desejável	Muito tempo de atuação e vem de uma atividade superior a essa	Estão confortáveis na posição atual, não tentam inovar no negócio	Vê como uma oportunidade de sobrevivência e não pensa em mudança	Não faz nenhum tipo de contabilidade, não conhece o custo, o estoque e nem o lucro	Não faz ou não pode fazer	Não vêem a atividade como uma opção a curto prazo, mas sim a longo prazo	Não conhece o MEI

Figura 4: Categorias Praça Central José Bonifácio

Há uma demanda por cursos de capacitação, oferecidos aos ambulantes fixos da praça, voltados para a sua própria realidade e transmitidos na sua linguagem.

### Em relação aos Trailers

De todos os grupos os trailers são aqueles que possuem a maior autonomia, eles possuem a visão empreendedora entendem a necessidade de segurança alimentar e buscam cada vez mais

melhorar seu negócio, contudo ele não está disposto a sair da sua condição por considerar que a essa é uma posição de sucesso e não temporária, o apoio da secretaria giraria em torno da manutenção e regulamentação dessa atividade, no sentido de permitir somente os perfis ideais, de forma que pessoas que não precisem do trailer não o tenham, como pessoas com alta escolaridade e pouca idade.

Há também a necessidade de que os donos dos trailers possuam as características empreendedoras e tenham a capacitação para gerir o negócio, pois o investimento é maior assim como a responsabilidade do serviço de alimentação.

	Perfil	Perfil empreendedor	Visão Gerencial	Visão de Futuro	Financiamento	Preço e concorrência	Leis
Ideal	Idade razoável e competência de atuação	Vai expandir seu negócio	Faz controle de estoque vendas, e olha a validade do produto, tenta fazer com qualidade	Quer crescer na atividade, e se tornar Microempresa	Faz com a certeza de pagar, e se programa para isso	Tenta olhar para o custo, o cliente e para o concorrência	É MeI está regularizado e entende as normas de segurança e Higiene
Intermediário	Possui alguma experiência, contudo enfrenta problemas de localização próxima a outros trailers	Busca possibilidades de expandir seu negócio	Deixa escapar algumas falhas como não fazer a contabilidade e de custos ou estoque	É trailer porém gostaria de fazer outra coisa	Têm medo de fazer e se endividar	Olha somente para o concorrência	Conhece as leis, pode ou não ser MeI, contudo não segue corretamente
Não desejável	Muito tempo de atuação na atividade, muita idade e pouca escolaridade e também pouca idade	Não busca expandir, e nem assumir riscos	Inexperiente com a gestão de trailers	Não vê como crescer na atividade, o motivo de ter o trailer é uma renda extra	Não faz por medo, ou faz e se endivida	Delimita o preço sem muito critério	Abriu o trailer sem se importar com as leis

Figura 5: Categorias Trailers

## 4.2 Com vistas ao MEI

Tendo em vista que o MEI é uma categoria formalizada o seu crescimento se daria com o crescimento nas categorias do simples nacional na qual ele iria para uma micro empresa e cresceria a partir daí como empreendedor.

Nesse sentido o perfil ideal do MEI é aquele que possui uma visão de ampliação, características empreendedoras e capacitação e habilidades para gerir microempresas, no entanto, segundo a Receita federal em outubro de 2013 o índice de inadimplência do Micro

empreendedor individual era de 53,75% nacionalmente falando, o que implica em ponderações sobre o conhecimento necessário para ser MEI.

	Perfil	Perfil empreendedor	Visão Gerencial	Visão de Futuro	Financiamento	MEI
Ideal	Pessoa com uma idade que a possibilite de crescer, sem muito tempo de atuação na atividade	É criativo e inovador e entende as necessidades do cliente, vê o risco como um desafio	Sabe lidar muito bem com questões gerenciais como custos, Lucro estoque e financiamento e faz a contabilidade por conta própria ou com pouca ajuda	Quer ampliar o negócio para uma Micro Empresa	Conhece os tipos de financiamento, e os utiliza para investir	Entende as vantagens de ser MEI, e de ser Micro empresa
Intermediário	Idade na qual a pessoa ainda veja a possibilidade de crescer e consiga correr atrás de ampliar o negócio,	É criativo e inovador contudo vê o risco como uma barreira para crescer	Tenta fazer alguns relatórios de compra e venda, mas nada muito sofisticado, precisa de ajuda para fazer a contabilidade	Apesar de pensar em ampliar se sente estabilizado como MEI, ou veio de um retrocesso de empregado para MEI	Não conhece os tipos de financiamento e aplica em local inadequado	É MEI por uma única vantagem e não acha que Micro empresa sai muito caro
Não desejável	Muita Idade e baixa escolaridade, Por não conseguir desenvolver e crescer na atividade	Possui medo de ampliar e não busca informações nem tenta inovar	Não faz nem a anotação de compra e venda, é inadimplente ou não realiza os registros de forma adequada	Não possuem perspectiva de futuro por algum motivo: O MEI é uma renda extra,	Se faz financiamento fica endividado	É inadimplente

Figura 6: Características MEIs

Tendo em vista o entendimento sobre o camelô e o MEI como empreendedores, e ainda que a atividade informal deve ser transitória, servindo apenas de base para uma transição de melhora no negócio culminando com o microempreendedor, elaborou-se uma escada que representa de que forma esse crescimento aqui pontuado, deve ocorrer (Figura 7).

Percebe-se uma diferença entre os grupos da economia informal do município estudado, de forma que os trailers e aqueles que se encontram na praça central da cidade possuem estratégias muito mais nítidas e eficazes que geram o sucesso do negócio, outro ponto é que o MEI apesar de muitas vezes parecer ineficaz trás a possibilidade de formalização e benefícios para o empreendedor que entender todas os seus custos e benefícios.

Com o intuito de categorizar as ações empreendedoras sobre a perspectiva do mercado informal, a partir do questionário aplicado foi realizada uma análise fatorial explicativa (Figura 8). Foram encontrados onze fatores que descrevem as ações empreendedoras. A variância explicada foi de 71,9% e o KMO foi de 0,729.

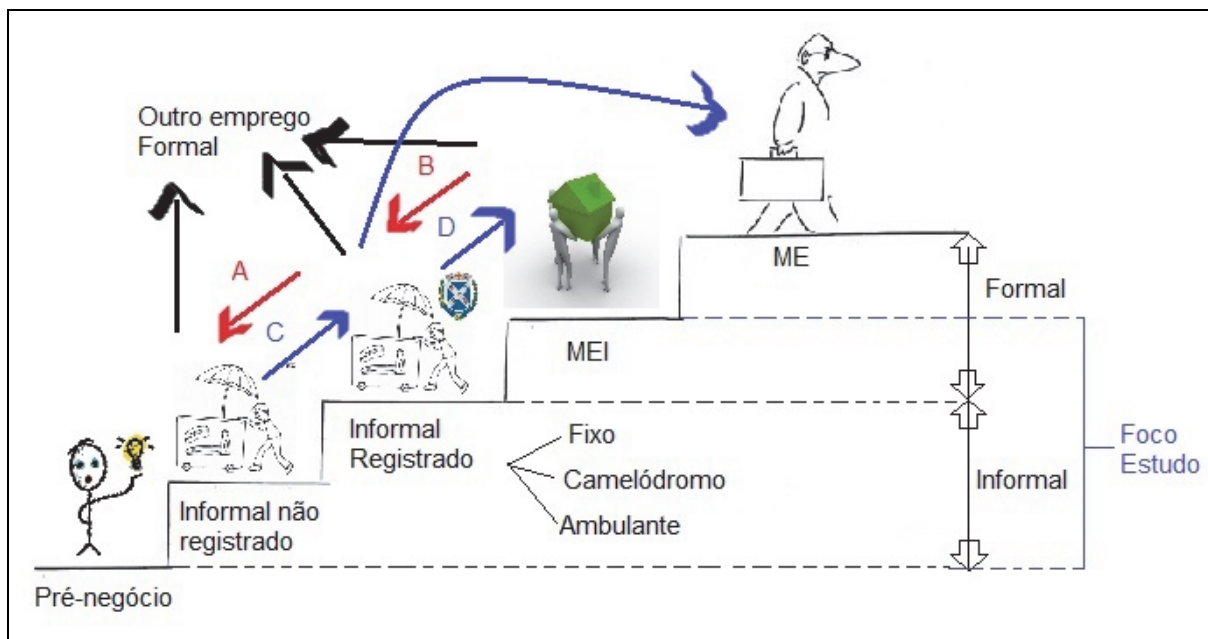


Figura 7: Escada de crescimento almejada para o MEI

**DIMENSÃO 1: Benefícios para o negócio por ser MEI** Porcentagem da variância 12,7%

Ser MEI traz alguma mudança significativa (pessoal e profissional)	,786
Possibilidade de crescimento da atividade é um dos principais benefícios do MEI	,727
O MEI me proporciona maior ganho	,724
Eu vejo o MEI como um passo para a microempresa	,688
Redução da taxa tributária é um dos principais benefícios do MEI	,584
Emissão de nota fiscal é um dos principais benefícios do MEI	,565
Desconto em compras no atacado é um dos principais benefícios do MEI	,535
Facilidade de obtenção de crédito é um dos principais benefícios do MEI	,460

**DIMENSÃO 2: Espírito Empreendedor.** Porcentagem da variância 8,6%

Você espera atingir grandes metas	,803
Você se considera persistente	,784
Você sempre busca oportunidades para ampliação do negócio	,724

**DIMENSÃO 3: Empregabilidade.** Porcentagem da variância 7,6%

Contratação de funcionário é um dos principais benefícios do MEI	,838
Uma oportunidade de emprego formal com carteira assinada o faria sair do MEI	-,693

**DIMENSÃO 4: Centros Comerciais.** Porcentagem da variância 7,4%

A criação de novos centros comerciais é bom para Piracicaba	,880
O município de Piracicaba comporta novos centros comerciais	,777
A criação de novos centros comerciais pode ajudar seu negócio	,657

**DIMENSÃO 5: Benefícios pessoais que o MEI proporciona.** Porcentagem da variância 5,9%

Eu vejo o MEI como falta de opção	-,772
Meu nível de conhecimento sobre o MEI é suficiente	,753
Cobertura previdenciária (aposentadoria) é um dos principais benefícios do MEI	,499
As modalidades de financiamento que conheço atendem as minhas necessidades	,464

**DIMENSÃO 6: Visão sobre o negócio.** Porcentagem da Variância 5,8%

Na venda dos seus produtos você prefere qualidade e não quantidade	,849
Na venda dos seus produtos você prefere quantidade do que qualidade	-,651

<b>DIMENSÃO 7: Capacitação.</b> Porcentagem da Variância 5.7%	
Se sente capacitado para ser Microempresa	,751
Você assumiria riscos para começar um negócio maior?	,586
Você se considera criativo	,461
<b>DIMENSÃO 8: Visão de Futuro.</b> Porcentagem da variância 5%	
Eu vejo o MEI como uma atividade definitiva	-,688
A oportunidade de outro negócio o faria sair do MEI	,679
<b>DIMENSÃO 9: Burocracia.</b> Porcentagem da variância 4.6%	
A atividade de camelô possui alguma vantagem se comparada ao MEI?	,800
Ausência de burocracia e isenção de taxa para registro da empresa é um dos benefícios do MEI	,492
<b>DIMENSÃO 10: Acomodação.</b> Porcentagem da variância 4.4%	
Eu não mudaria de atividade mesmo que houvesse maior ganho	,817
<b>DIMENSÃO 11: Perspectiva de ganho</b>	
Porcentagem da variância 4%	
O limite de faturamento anual (R\$60.000,00) está adequado	,845

**Figura 8: Fatores de empreendedorismo estratégico considerados pelo mercado informal**

## 5. Considerações Finais

Tendo em vista o caráter exploratório da pesquisa julga-se pertinente os resultados aqui encontrados frente aos objetivos do trabalho.

Além de possibilitar uma visão dos diferentes agentes do mercado informal, os resultados deste estudo permitiram identificar as semelhanças e diferenças entre os grupos estudados, o que sugere uma visão segmentada das políticas públicas que visam a formalização dos negócios.

Por meio da análise de conteúdo criou-se três perfis baseados na sua capacidade de seguir subindo os “degraus” da formalidade conforme a figura 7. Em relação ao camelódromo, o perfil não desejável inclui pessoas com mais idade e pouca escolaridade. Sugere-se que sejam implementados programas que capacitem este grupo em algumas habilidades como a de negociação, controlar seus financiamentos e entender a funcionalidade do MEI.

Já os pontos fixos vendem um mix de produtos mais variado e possuem uma maior diferenciação no negócio. Os ambulantes da praça possuem uma maior independência no negócio e baixa perspectiva de futuro para o seu negócio. Como existe uma concorrência existe a busca por maiores informações sobre o MEI e capacitação sobre as estratégias empreendedoras. Por fim, o grupo dos trailers possuem maior autonomia e entendem a necessidade de melhorar seu negócio. Porém, dada a diferença de percepção sobre o negócio formal desejam se manter na condição atual.

A análise quantitativa procurou caracterizar as ações empreendedoras sobre a perspectiva do mercado informal. Foram encontrados onze fatores que descrevem as ações empreendedoras: (1) Benefícios para o Negócio por ser MEI, (2) Espírito Empreendedor, (3) Empregabilidade, (4) Centros Comerciais, (5) Benefícios pessoais que o MEI proporciona, (6) Visão sobre o negócio, (7) Capacitação, (8) Visão de Futuro, (9) Burocracia, (10) Acomodação e (11) Perspectiva de ganho.

Existem limitações em relação a este estudo por se tratar apenas da realidade de um município e do número de entrevistados. Novos estudos podem validar os resultados encontrados com a aplicação da pesquisa em outros municípios e a um grupo maior de empreendedores informais. Sugere-se também o aprofundamento no perfil e nas ações empreendedoras identificadas neste estudo.

**Referências bibliográficas:**

- AMARO, R. de A., BRUNSTEIN, J. De estudantes a empreendedores: a competência como um vir a ser. In: EnANPAD, 2013.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Ed. Setenta, 1979.
- BHIDÉ, A. As perguntas que todo empreendedor deve responder. In: HARVARD BUSINESS REVIEW. **Empreendedorismo e estratégia**. Rio de Janeiro: Campus, 2002. p. 9-34.
- BRANDÃO, L.O “Camelódromo”, a cidade e os fluxos globais subalternos. **pós** v.16 n.25. São Paulo, Jun. 2009.
- BRASIL. Portal do empreendedor. **Estatística. Lista dos relatórios estatísticos do MEI**. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatistica/lista-dos-relatorios-estatisticos-do-mei>>. Acesso em 6 novembro 2013.
- COOPER, D. R, SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 7ª Ed., São Paulo: Bookman, 2001.
- CORSEUIL, C.H.; NERI, M.N.; ULYSSEA, G.L. **Uma análise exploratória dos efeitos da política de formalização dos Microempreendedores Individuais**. Mercado de trabalho Conjuntura e análise. Ano 18 Fevereiro, 2013.
- DOLABELA, F. **O ensino de empreendedorismo: panorama brasileiro**. In: SEMINÁRIO A UNIVERSIDADE FORMANDO EMPREENDEDORES, maio 1999, Brasília. Brasília: CNI, 1999. Apostila.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, Abr./Jun, 1999.
- FRANÇA FILHO G.C. de. **Terceiro Setor, Economia Social, Economia Solidária e Economia Popular: traçando fronteiras conceituais**. Bahia análise & dados. Salvador, SEI v.12 n.1 p.9-19, 2002.
- HAIR JR., Joseph et al. **Análise Multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- IBGE. **Economia informal Urbana 2003**. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Rio de Janeiro, 2005.
- IPEA. Radar tecnologia. **Produção e Comércio Exterior**. abr. de 2013, no. 25. Brasília.
- LIMA, V. L. C. et al. **Análise da formação do potencial transgeracional em empresas familiares**. EnANPAD, 2013. 16 p.
- MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.
- MENDES, L., CAVEDON, N. R. **A atividade de camelô como prática urbana no contexto das cidades**. Revista Brasileira de Gestão Urbana, Curitiba, v.4, n.1, , 2012.
- OECD. **Policy Roundtables, Competition Policy and the informal Economy**. 2009. Disponível em: <[www.oecd.org/daf/competition/44547855.pdf](http://www.oecd.org/daf/competition/44547855.pdf)>. Acesso em: 25 de Ago. 2013.
- OIT. Resolução da 90ª Conferência internacional do trabalho, 2002. Lisboa Portugal.
- RODRIGUES, I. V.; THOMAZ JÚNIOR, A. Informalidade e precarização do trabalho em presidente prudente: A atividade dos camelôs em questão. **Pegada**, vol. 6, nº1, jun. 2005.
- SCHNAIDER, P. S. B. et al.. **Direito de propriedade e investimento empreendedor: uma análise empírica**. EnANPAD, 2013. 18 p.
- SILVA J. L. T. da et al. **A informalidade no Mercado de Trabalho Brasileiro e as Políticas Públicas do Governo Federal**. Observatório do Mercado de trabalho do ministério do trabalho e Emprego (TEM). 2002.

SOUZA, M. C. C. **Um estudo sobre o setor informal urbano e formas de participação na produção.** Tense (Doutorado – economia) Faculdade de economia e administração, universidade de São Paulo, São Paulo, 1982.

TIMMONS, J. **New venture creation.** 4. ed. Boston: Irwin McGraw-Hill, 1994.

VASCONCELLOS, G. M., CORREA, V. C. **A evolução e dinâmica das motivações empreendedoras: Necessidade e oportunidade.** EnANPAD, 2013. 12 p.