

**UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

RITA DE CASSIA DE ANDRADE FERREIRA

**O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA ECONOMIA
INFORMAL DA REGIÃO DO GRANDE ABC PAULISTA**

SÃO BERNARDO DO CAMPO

2013

RITA DE CASSIA DE ANDRADE FERREIRA

**O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA ECONOMIA
INFORMAL DA REGIÃO DO GRANDE ABC PAULISTA**

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Metodista de São Paulo, Faculdade de Administração e Economia, nível mestrado, como requisito parcial à obtenção do título de mestre .

Área de Concentração: Gestão de Organizações.

Linha de pesquisa: Gestão de pessoas e Organizações (GPO).

Orientação: Prof. Dr. José Alberto Carvalho dos Santos Claro

SÃO BERNARDO DO CAMPO

2013

FICHA CATALOGRÁFICA

F413c	Ferreira, Rita de Cássia de Andrade
	O comportamento do consumidor na economia informal da Região do Grande ABC Paulista / Rita de Cássia de Andrade
	Ferreira. 2013.
	185 p.
	Dissertação (mestrado em Administração) --Faculdade de Administração e Economia da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2013.
	Orientação : José Alberto de Carvalho dos Santos Claro.
	1. Economia informal 2. Comportamento do consumidor 3. Cultura e ética 4. Responsabilidade social I. Título.
	CDD 658

A dissertação de mestrado intitulada “**O comportamento do consumidor na economia informal da Região do Grande ABC Paulista**”, elaborada por **Rita de Cassia de Andrade Ferreira**, foi apresentada e aprovada em 23 de setembro de 2013, perante banca examinadora composta por **Prof. Dr. José Alberto Carvalho dos Santos Claro** (Presidente/UMESP), **Prof. Dr. Almir Martins Vieira** (Titular/UMESP) e **Prof. Dr. Luciano Antonio Prates Junqueira** (Titular/ PUCSP).

Prof. Dr. José Alberto Carvalho dos Santos Claro
Orientador e Presidente da Banca Examinadora

Prof. Dr. Luciano Venelli Costa
Coordenador do Programa de Pós-Graduação

Programa: Pós-Graduação em Administração da Universidade Metodista de São Paulo

Área de Concentração: Administração

Linha de Pesquisa: Gestão de Pessoas e Organizações

Aos meus pais, Paulo e Maria.

Ao meu amado, Roni.

Ao meu irmão Rafael.

À minha amiga, Letícia.

A todos para os quais este trabalho trará contribuição.

AGRADECIMENTOS

O primeiro agradecimento é para o Criador, sem Ele no comando esta etapa dificilmente seria transposta: Deus, muito obrigada por ter me concedido saúde, força, coragem e inspiração para superar os desafios destes anos de estudos.

Antes de iniciar os agradecimentos às pessoas que diretamente contribuíram para a concretização deste trabalho, quero dedicar algumas linhas para agradecer àquelas que deram suporte à minha trajetória pessoal e profissional e que são essenciais para a minha vida:

Aos meus pais, Paulo e Maria, que na simplicidade transmitem imensuráveis e valiosos conhecimentos. Muito obrigada por tudo o que fizeram e fazem por nós, vocês são o meu porto seguro! Amo vocês!

Ao meu irmão, Rafael, por todo apoio e dedicação. Rafa, muito obrigada por tudo o que você fez durante estes anos, o seu apoio foi essencial para que eu chegasse até este momento! Amo você!

Ao meu noivo, Roni, que durante a fase de conclusão desta etapa dos meus estudos esteve muito presente, por meio de apoio e compreensão. Obrigada amor, você tornou a minha vida mais feliz! Amo você!

A todos os meus amigos, em especial, ao Robson e à Letícia, pelo apoio e incentivo.

A realização deste trabalho contou com muitas contribuições...

Agradeço à Universidade Metodista de São Paulo pela bolsa de estudos.

Aos docentes do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Metodista de São Paulo. Em especial, ao meu orientador, Professor Doutor José Alberto Carvalho dos Santos Claro, que pacientemente guiou os meus passos na elaboração deste trabalho. Professor, serei eternamente grata pelo apoio e incentivo!

Aos membros das Bancas Examinadoras: professores, muito obrigada por terem dedicado o tempo de vocês para avaliarem este trabalho e pelas importantes observações e contribuições.

Aos entrevistados: sem o consentimento e a disposição de vocês, este trabalho não teria se concretizado! Muito obrigada!

Ao Tiago pela transcrição das entrevistas e à Marjô pela revisão deste trabalho.

Por fim, agradeço às pessoas que por meio de trocas de experiências também contribuíram para a realização deste trabalho: Dagmar, Sibelly, Cintia, Nara, Cristiane, Angelita e Patrícia.

RESUMO

Diminuir o consumo de produtos oriundos da economia informal e conscientizar os consumidores acerca dos malefícios do mesmo tem sido um imperativo para os órgãos governamentais, organizações privadas e instituições não governamentais que prezam pela melhoria no ambiente de negócios. No entanto, apesar do apelo feito aos consumidores para não adquirirem produtos do mercado informal, é possível notar nas calçadas das ruas e avenidas a existência de inúmeros pontos de venda informais. Neste contexto, esta pesquisa tem como objetivo identificar e analisar os fatores influenciadores do comportamento do consumidor de produtos adquiridos na economia informal da Região do Grande ABC Paulista. Para tanto, foi realizado um estudo qualitativo, de caráter exploratório, cujos dados primários foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas e os dados secundários extraídos da literatura acerca do comportamento do consumidor considerando-se os fatores influenciadores: cultura, ética e responsabilidade social, bem como, a economia informal. Participaram das entrevistas pessoas economicamente ativas com idade entre 25 e 44 anos, consumidoras de produtos oriundos do comércio informal e residentes na Região do Grande ABC Paulista. Com base nos resultados da pesquisa empírica é possível inferir que os consumidores efetuam compras no comércio informal devido ao preço e acessibilidade ao ponto de venda. Trata-se de um consumo culturalmente estabelecido, devido à disseminação do mesmo entre as redes sociais das quais os consumidores fazem parte. De maneira geral, os entrevistados mostram-se conscientes sobre os malefícios sociais, ambientais e éticos da economia informal, mas pouco os consideram no momento da compra.

Palavras-chave: Economia informal. Comportamento do consumidor. Fator ético. Fator cultural. Fator de responsabilidade social.

ABSTRACT

Reducing the consumption of products that come from the informal economy and educate consumers on what regards to its dangers have been imperative not only for government agencies, but also private organizations and non-governmental institutions that value an improvement business environment. Nonetheless, in spite of the appeal made for consumers not to purchase products from the informal market, numerous informal outlets can be noticed. In this context, this research aims at identifying and analyzing the factors influencing consumer behavior on what concerns products purchased in the informal economy of the Greater ABC Paulista area. To this end, a qualitative study, with an exploratory character, was conducted. Its primary data was collected through semi-structured interviews. Secondary data were obtained through the literature that refers to consumer behavior, considering the following influencing factors: culture, ethics and social responsibility, as well as the informal economy. Subjects who participated in the interviews were economically active people aged between 25 and 44 years old, who consumed products from the informal trade and who were residents in the Greater ABC Paulista area. Based on the results of empirical research is possible to infer that consumers take part in informal trading due to low prices and accessibility to the market place. This is a culturally established consumption due to its widespread presence amongst social networks of which consumers belong. Overall, respondents showed awareness concerning social and environmental harms and ethical issues of the informal economy, yet little is considered at the time of purchase.

Keywords: Informal economy. Consumer behavior. Ethical factor. Cultural factor. Factor of social responsibility.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Frequência de publicação de artigos científicos internacionais acerca do Comportamento do Consumidor (2007 - 2012).....	17
Tabela 2 – Frequência de publicação de artigos científicos nacionais acerca do Comportamento do Consumidor (2007 - 2012).....	22
Tabela 3 – Frequência de publicação de artigos científicos internacionais acerca da Economia Informal (2007 - 2012).....	36
Tabela 4 – Frequência de publicação de artigos científicos nacionais acerca do da Economia Informal (2007 - 2012).....	47
Tabela 5 – População da Região do Grande ABC Paulista 1980-2012.....	58
Tabela 6 – Taxa de Analfabetismo e Jovens com Ensino Médio Completo – 2010.....	61
Tabela 7 – Perfil sociodemográfico dos participantes.....	73

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Economia Informal: delineamento conceitual.....	36
Figura 2 – Gráfico Tamanho da Economia Subterrânea no Brasil.....	52
Figura 3 – Gráfico da População da Região do Grande ABC Paulista por faixa etária em 2012.....	60
Figura 4 – Gráfico IDH 2010 Grande ABC Paulista.....	62
Figura 5 – Gráfico de participação dos empregos formais dos municípios no total de empregos formais da Região do Grande ABC Paulista – 2011.....	65
Figura 6 – Gráfico Participação Setorial no Total de Empregos Formais do Grande ABC Paulista – 2011.....	65

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Linhas de estudos internacionais sobre comportamento do consumidor ...	17
Quadro 2 – Linhas de estudos nacionais sobre comportamento do consumidor.....	23
Quadro 3 – Linhas de estudos internacionais sobre economia informal.....	38
Quadro 4 – Grupos do IPRS – 2010.....	63

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
Problema.....	12
Objetivo geral.....	12
Objetivos específicos.....	12
Justificativa.....	13
Delimitação do estudo.....	13
Estrutura da Dissertação.....	14
1 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	15
1.1 ESTUDOS INTERNACIONAIS.....	16
1.2 ESTUDOS NACIONAIS.....	21
1.3 FATORES INFLUENCIADORES.....	27
1.3.1 Cultura.....	27
1.3.2 Ética.....	29
1.3.3 Responsabilidade Social.....	32
2 ECONOMIA INFORMAL	34
2.1 ESTUDOS INTERNACIONAIS.....	37
2.2 ESTUDOS NACIONAIS.....	47
2.3 ECONOMIA INFORMAL NO BRASIL.....	50
3 A REGIÃO DO GRANDE ABC PAULISTA	54
3.1 HISTÓRIA.....	54
3.2 DADOS DEMOGRÁFICOS E SOCIOECONÔMICOS.....	58
4 METODOLOGIA	67
4.1 COLETA DE DADOS.....	68
4.1.1 Dados Primários.....	68
4.1.2 Dados Secundários.....	69
4.2 PARTICIPANTES.....	70
4.3 ASPECTOS ÉTICOS DA PESQUISA.....	71
4.4 ANÁLISE DOS DADOS.....	72
5 ANALISE DAS ENTREVISTAS	73
5.1 PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DOS PARTICIPANTES.....	73
5.2 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DA ANÁLISE DAS ENTREVISTAS.....	74
CONSIDERAÇÕES FINAIS	87
REFERÊNCIAS	90
APÊNDICE A – Roteiro de entrevista	99
APÊNDICE B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE	102
APÊNDICE C – Transcrição das entrevistas	104
APÊNDICE D – Resumo Explicativo das Normas de Transcrição	183
APÊNDICE E – Caracterização dos Participantes	184

INTRODUÇÃO

O Brasil é marcado pelas desigualdades e exclusões, presentes nas relações de poder e na distribuição de renda. Tais fatores são agravados pelos comportamentos que privilegiam os interesses individuais de pequenos grupos. Além da existência de resquícios da relação senhor e escravo, persistem os comportamentos expressos por meio da economia de extração, que exploram os recursos humanos e ambientais, os consumidores e desperdiçam generalizadamente. Muitos traços da cultura brasileira são ambíguos, o que vem a favorecer a criatividade e a inovação, como aspectos positivos, mas também favorecem o compadrio e a informalidade, como aspectos negativos. O povo brasileiro vive a dualidade de ser colono e colonizador, sofre com o descomprometimento social do país e anseia pela cidadania. (MOTTA, 1997)

Os indivíduos são frutos de sua cultura e de seus grupos sociais e, por conseguinte, o ambiente sociocultural regula o seu modo de agir. Os membros individuais de uma sociedade retêm elementos culturais, e assim, eles têm valores internalizados que os ajudam a viver em conformidade com as exigências das instituições sociais. São guiados por suas prioridades culturais e o seu comportamento reforça o sistema social (DE MOOIJ, 2011). Desta forma, a cultura suscita nas pessoas a assimilação de quais condutas são toleradas ou não no contexto social em que estão inseridas. (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2011)

Os valores dos indivíduos são definidos pela cultura, referem-se às preferências de um estado de ser em detrimento de outro, são ordenados por prioridade e têm componentes cognitivos. Podem ser expressos em termos: abstratos, as pessoas geralmente sabem qual é o seu “estado de ser” preferido; afetivos, as pessoas podem se sentir emotivas a respeito deles; e comportamentais, por ser uma variável interveniente, conduzem os indivíduos à ação quando ativados. Como os valores são aprendidos inconscientemente, as pessoas são apenas parcialmente cientes deles. (DE MOOIJ, 2011)

Ainda sobre os aspectos culturais, Prieto Bustos (2011), ao investigar os fatores que determinam a pobreza, constata que o modelo econômico que não considera esses aspectos e as suas transformações favorecem a ocorrência de trocas informais. Bergesio (2004) apresenta as diferenças de classes sociais, as quais foram culturalmente estabelecidas, como um fator influenciador para a ocorrência da economia informal.

As ações para a diminuição do consumo de produtos oriundos da economia informal e a conscientização sobre os malefícios do mesmo, além da atuação dos órgãos governamentais, no Brasil, contam com o apoio de organizações como o Instituto Brasileiro de Ética

Concorrencial – ETCO (2013a) e, com foco não exclusivo, mas com intensa atuação na área, os Institutos Ethos (2013) e Akatu (2013). No entanto, apesar do apelo feito aos consumidores para não adquirirem produtos do mercado informal, é possível notar nas calçadas das ruas e avenidas das cidades da Região do Grande ABC Paulista a existência de inúmeros pontos de venda, geralmente barracas, de comerciantes popularmente chamados de camelôs.

Os produtos comercializados nessas barracas, geralmente são *CDs (Compact Discs)* e *DVDs (Digital Versatile Discs)* piratas. Entretanto, é possível encontrar nos comércios populares os mais variados tipos de produtos, os quais possuem origem imprecisa, muitos são contrabandeados, importados de forma ilegal, falsificados e/ou pirateados em fábricas clandestinas e provenientes de roubos e furtos. Existem também os produtos cuja origem é legal, ou seja, os mesmos são adquiridos no mercado formal, mas são comercializados de forma ilegal, uma vez que o comerciante não cumpre com as suas obrigações fiscais, tributárias e trabalhistas.

Considerando este contexto, a fim de compreender melhor o comportamento do consumidor na economia informal da Região do Grande ABC Paulista, foi desenvolvida a presente pesquisa. A seguir, são descritos o problema de pesquisa, os objetivos gerais e específicos, a justificativa, as delimitações e a estrutura desta dissertação.

Problema

Como o consumidor se comporta na economia informal da Região do Grande ABC Paulista?

Objetivo geral

O objetivo geral deste estudo é identificar e analisar os fatores influenciadores do comportamento do consumidor de produtos vendidos na economia informal da Região do Grande ABC Paulista.

Objetivos específicos

Os objetivos específicos deste estudo são (1) Identificar as ações de obtenção e eliminação no comportamento do consumidor de produtos vendidos na economia informal da

Região do Grande ABC Paulista; (2) Verificar se há e qual é a influência do fator ético no comportamento do consumidor de produtos vendidos na economia informal da Região do Grande ABC Paulista; (3) Verificar se há e qual é a influência do fator cultural no comportamento do consumidor de produtos vendidos na economia informal da Região do Grande ABC Paulista; (4) Verificar se há e qual é a influência do fator de responsabilidade social no comportamento do consumidor de produtos vendidos na economia informal da Região do Grande ABC Paulista.

Justificativa

A partir dos pressupostos apresentados na introdução desta dissertação e considerando que a temática “economia informal” é recorrente nos veículos de comunicação brasileiros foi que surgiu o interesse latente de investigar como os consumidores se comportam na economia informal, especificamente, no Grande ABC Paulista, uma vez que é grande o comércio popular nessa região.

Além disso, a revisão teórica sobre as temáticas “comportamento do consumidor” e “economia informal” revelou que não existem estudos que abordem especificamente o problema desta dissertação. Nesse sentido, a opção foi por realizar um estudo exploratório com o intuito de contribuir para o progresso da pesquisa nessa área de forma a estimular investigações futuras que ampliem a pesquisa ora proposta ou que busquem solucionar as possíveis limitações da mesma.

Outro aspecto que justifica esta pesquisa é o fato de que a compreensão do modo como o consumidor se comporta na economia informal poderá contribuir para que os órgãos governamentais, os institutos ETCO, Ethos e Akatu e as empresas privadas, consigam elaborar estratégias mais eficazes para a conscientização do consumidor e, conseqüentemente, a redução da economia informal. Espera-se que, dessa forma, seja possível criar apelos mais direcionados ao consumidor, buscando sensibilizá-lo sobre os malefícios da economia informal para a sociedade como um todo.

Delimitação do estudo

Este estudo se restringiu a compreender o comportamento do consumidor no contexto da economia informal, ou seja, não existiu a pretensão de estudar o modo como o consumidor

se comporta no contexto da formalidade, tampouco elaborar comparações considerando os dois contextos.

Neste estudo, foram convidados a participar da pesquisa consumidores ativos da economia informal em relação aos produtos que são comercializados no comércio popular, tais como: *CDs*, *DVDs*, equipamentos eletrônicos, *softwares*, roupas, bolsas, calçados, acessórios (relógios, colares, anéis, pulseiras, cintos etc.), brinquedos e utensílios domésticos. Não foram consideradas armas e drogas lícitas e ilícitas.

Sendo exploratório, as implicações do estudo para o comportamento do consumidor no contexto da economia informal são limitadas, portanto, não se pretende esgotar as discussões sobre o assunto.

Estrutura da Dissertação

Este trabalho está estruturado em cinco capítulos além desta introdução, sendo que os dois primeiros contemplam o recorte da literatura sobre os temas comportamento do consumidor e economia informal que norteou a pesquisa empírica realizada. O capítulo 1 conceitua o comportamento do consumidor com base nas obras recentes internacionais e nacionais e na literatura sobre os fatores cultural, ético e de responsabilidade social. O capítulo 2 traz as definições e delimitações de economia informal e aborda os estudos recentes desenvolvidos em âmbito nacional e internacional, destacando alguns aspectos da economia informal no Brasil. O capítulo 3 contextualiza o Grande ABC Paulista por meio de alguns apontamentos históricos e da apresentação de dados demográficos e socioeconômicos. O capítulo 4 descreve os aspectos metodológicos aos quais a investigação foi submetida. A apresentação da análise das entrevistas encontra-se no capítulo 5. E, por fim, as considerações finais evidenciam os principais aspectos da pesquisa, as suas limitações e as sugestões para estudos futuros.

1 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Este capítulo está dividido em três partes. Abrange, em sua primeira parte, o conceito de comportamento do consumidor pelo qual o estudo foi conduzido. Alguns aspectos acerca dos fatores cultural, ético e de responsabilidade social, ora investigados, são apresentados na última parte deste capítulo. A segunda parte destina-se à apresentação dos resultados do rastreamento da produção acadêmica de 2007 a 2012 acerca do tema comportamento do consumidor em âmbito nacional e internacional. É relevante destacar que no capítulo 4 são explicitados os critérios estabelecidos para esse rastreamento.

O comportamento do consumidor “[...] é o estudo dos processos envolvidos quando indivíduos ou grupos selecionam, compram, usam ou descartam produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer necessidades e desejos” (SOLOMON, 2008, p. 27). É representado nas ações de sujeitos, grupos e organizações que envolvem a obtenção, o consumo e a eliminação de bens e serviços. Tais ações são subjetivas, de forma que tal comportamento é único e individual. Os processos de tomada de decisão, tais como a escolha de marcas, de locais e formas para comprar, de quanto despender de tempo e recursos, entre outros, fazem parte do comportamento do consumidor, que como campo de estudo investiga o que motiva e o modo como a compra e o consumo ocorrem. (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2011)

Trata-se de um processo contínuo que se inicia antes da compra efetiva do produto ou serviço, mas não se encerra com a efetivação da compra, abrangendo os pontos que influem nos estágios de pré-compra, compra e pós-compra. Diversos atores podem estar envolvidos em um ou mais destes estágios, considerando que o consumidor pode efetivar ou não a compra por influência de outrem, nem sempre o comprador fará uso do produto ou se beneficiará do serviço, pois pode tê-lo adquirido para benefício de outra pessoa; e nem sempre o consumidor é um indivíduo, é possível que seja uma organização ou um grupo de indivíduos. (SOLOMON, 2008)

As etapas definidas por Solomon (2008) apresentam relação com os processos designados por Blackwell; Miniard e Engel (2011), de forma que as etapas de pré-compra e compra estão ligadas ao processo de obtenção e a etapa de pós-compra pode ser vinculada aos processos de consumo e eliminação. No processo de obtenção o consumidor busca por informações, avalia, decide e compra; ao consumir, o indivíduo transmite atitudes comportamentais por meio da forma, do local e das circunstâncias em que faz uso de produtos

e serviços, e o processo de eliminação refere-se ao modo como o consumidor descarta os produtos e as embalagens. Cada uma destas ações envolve um leque amplo de possibilidades de análise do comportamento do consumidor. (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2011)

Os motivos que levam o consumidor a se comportar de determinada maneira ao consumir envolvem uma série de fatores, alguns de caráter subjetivo e outros com características coletivas, ou seja, abrange o todo onde o consumidor está inserido e por ele é influenciado. O impacto e a forma como estes fatores afetam o amplo processo de consumo variam de acordo com o consumidor e com o contexto em que o mesmo está situado.

A análise deste vasto escopo, que envolve as ações inseridas nos processos de pré-compra, compra e pós-compra, é indispensável às organizações que têm interesse em, de alguma forma, influenciar o comportamento do consumidor a fim de educá-lo para um consumo mais consciente e responsável, bem como àquelas que anseiam por obter vantagem competitiva. Uma parte dessa análise é apresentada na sequência por meio do recorte da literatura internacional e nacional sobre comportamento do consumidor.

1.1 ESTUDOS INTERNACIONAIS

A pesquisa bibliográfica internacional foi realizada na base de dados EBSCOhost (2012), com levantamento em torno da produção científica sobre o campo de estudos Comportamento do Consumidor, entre os anos de 2007 e 2012, nos artigos publicados nos periódicos internacionais, na área de “Administração, Contabilidade e Turismo”, classificados pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) com o conceito Qualis CAPES A1 e A2 (conforme Tabela 1, a seguir). Com o intuito de estabelecer um padrão para o rastreamento dos artigos optou-se por utilizar no sistema de busca da base de dados EBSCOhost (2012) a palavras-chave *consumer behavior*.

No rastreamento realizado em vinte e sete de novembro de 2012, inicialmente foram encontrados 6699 artigos publicados em periódicos científicos internacionais entre os anos de 2007 e 2012 contendo a palavra-chave *consumer behavior*. No entanto, apenas 10 haviam sido veiculados em revistas internacionais classificadas pela Qualis CAPES (2012) com o conceito A1 e A2 e apresentavam no título a palavra-chave *consumer behavior*.

Tabela 1 – Frequência de publicação de artigos científicos internacionais acerca do Comportamento do Consumidor (2007 - 2012).

Periódicos	Qualis Adm.	Behavior Consumer
Industrial Marketing Management	A1	1
International Journal of Consumer Studies	A2	10
Total de artigos		11

Nota: Adm. = Área: Administração, Ciências Contábeis e Turismo.

Fonte: Desenvolvido pela autora a partir da pesquisa na base de dados EBSCOhost (2012).

O campo de estudos sobre o comportamento do consumidor propicia vastas possibilidades de pesquisas, e desta forma, as publicações veiculadas em periódicos internacionais pesquisam o comportamento do consumidor por meio de múltiplos aspectos. Assim, optou-se por agrupar as pesquisas por linhas de estudos. O quadro 1, a seguir, apresenta esse agrupamento interpretado pela pesquisadora acerca do que cada um dos artigos investiga.

Quadro 1 – Linhas de estudos internacionais sobre comportamento do consumidor

Linha de estudo	Autores
Comportamento ecológico	Fraj e Martinez (2007)
	Ritch, Brennan e Macleod (2009)
	Paliwal (2012)
Comportamento infantil	Fiates, Amboni e Teixeira (2008)
Consumo consciente	Pepper, Jackson e Uzzell (2009)
Marketing Global	Mitry e Smith (2009)
Modelagem de comportamento do consumidor	Martínez-López e Casillas (2009)
Fatores influenciadores de consumo	Hervé e Mullet (2009)
	Zepeda e Deal (2009)
	Pulina (2011)

Fonte: Desenvolvido pela autora a partir de pesquisa na base de dados EBSCOhost (2012).

Das seis linhas de estudos indicadas no quadro 1, optou-se por apresentar os estudos incluídos nas linhas Comportamento ecológico, Consumo consciente e Marketing Global,

pela proximidade das mesmas com o eixo temático designado para esta dissertação. A primeira linha versa sobre o comportamento do consumidor no que se refere às ações ambientalmente responsáveis. Nela estão inseridos 3 dos 10 estudos internacionais rastreados. Na segunda linha, o estudo de Pepper, Jackson e Uzzell (2009) aborda o consumo consciente. A terceira e última linha a ser apresentada discute, por meio do estudo de Mitry e Smith (2009), o comportamento do consumidor no âmbito do Marketing global considerando aspectos culturais.

O estudo de Fraj e Martinez (2007) focalizou as atitudes ambientais como indicador significativo do comportamento ecológico. Os autores analisaram a influência de vários fatores sobre o comportamento ecológico e propuseram e validaram um modelo conceitual. Os objetivos do estudo foram descobrir o perfil psicográfico do consumidor ecológico, fornecer uma base para nova análise no futuro, concentrar-se em variáveis psicográficas e atitudes dos consumidores dentro delas, descobrir quais atitudes melhor definem o perfil do consumidor ecológico e explicar certos padrões de comportamento ambientalmente amigáveis.

O trabalho desenvolveu uma abordagem tridimensional para a variável de estudo – atitudes ambientais – que trata os componentes emocionais, cognitivos e conativos da mesma. A pesquisa foi desenvolvida na Espanha e os dados foram coletados por meio de questionário, o qual foi aplicado em uma amostra aleatória de 573 indivíduos a fim de verificar o modelo e o quadro conceitual. O modelo foi avaliado inicialmente por análise fatorial e, posteriormente, por meio de modelagem de equações estruturais. Os resultados do modelo de equações estruturais apoiaram algumas das hipóteses delineadas para o estudo e confirmam a influência significativa do efeito ambiental sobre o comportamento ecológico. A pesquisa amplia a compreensão de como os consumidores se sentem e quais atitudes melhor definem a sua maneira de se comportar em relação aos problemas ambientais. (FRAJ; MARTINEZ, 2007)

Ainda no interior do quadro teórico do desenvolvimento sustentável, o estudo de Ritch, Brennan e Macleod (2009) forneceu uma avaliação crítica do desafio de mudar o comportamento do consumidor em relação ao uso de sacolas plásticas. O trabalho examinou os impactos ambientais adversos da utilização desse material e avaliou as iniciativas de governos e empresas em nível internacional para alterar o comportamento do consumidor em relação a esse aspecto de acordo com os princípios de desenvolvimento sustentável. A política dessas discussões é analisada usando uma combinação de política do consumidor e perspectivas de políticas públicas.

Ao concluir o estudo, os pesquisadores indicam que enquanto governos, empresas e comunidade ativista parecem todos unidos em perceber que o consumo abundante de sacos plásticos é prejudicial e tem impactos ambientais, sociais e econômicos, há opiniões divergentes sobre a forma como esse consumo deve ser modificado. Alguns críticos têm destacado que os reguladores, supermercados e os meios de comunicação podem se concentrar sobre as questões em torno do impacto das sacolas plásticas porque isso impede que eles tenham de considerar algumas mudanças mais profundas, mas menos aceitáveis, que implicariam uma mudança substantiva no sentido de uma economia mais sustentável e também nos padrões de consumo. Os sacos de plástico tornaram-se símbolo de um compromisso com o consumo sustentável e com as mudanças de comportamento nesta área, e mesmo sendo limitado em relação à agenda mais ampla de desenvolvimento sustentável, pode começar a fazer uma contribuição efetiva para um futuro mais sustentável. (RITCH; BRENNAN; MACLEOD, 2009)

Já o estudo de Paliwal (2012) teve por objetivo investigar se um viés cognitivo como halo influencia a percepção dos usuários de carros movidos a Gás Natural Veicular (GNV). Com o intuito de capturar parâmetros de experiências em controle e configurações experimentais de condução de carros abastecidos com GNV sobre aspectos pré-identificados do comportamento do consumidor e desempenho do GNV no motor do carro, os autores desenvolveram um estudo experimental dentro do grupo que consistiu em uma amostra de 10 condutores do sexo masculino, no qual o grupo foi submetido a certos tratamentos exaustivos durante um período de 2 dias conduzindo veículos movidos, alternadamente, a GNV e a gasolina. Nesse estudo parte-se do pressuposto de que os consumidores têm a percepção de que os produtos sustentáveis, como é o caso do GNV, têm desempenho menor e/ou inferior do que os produtos originais, como é o caso da gasolina.

A amostra foi solicitada a classificar a experiência de condução numa escala de classificação de cinco pontos de intervalo. Os pesquisadores desenvolveram um instrumento de pesquisa, sendo que o Coeficiente *Cronbach* foi calculado para as escalas com base em determinado conjunto de itens para avaliar a consistência interna. A validade de conteúdo do instrumento foi estabelecida pelo acordo geral entre um conjunto de acadêmicos e especialistas automobilísticos, de forma que se constatou que o instrumento cobre todos os parâmetros importantes da experiência na condução do carro. Os dados oriundos da aplicação do instrumento foram submetidos a testes estatísticos de diferença de médias. (PALIWAL, 2012)

O autor conclui que a tentativa de compreender aspectos do comportamento do consumidor em relação aos produtos de energia alternativa revelou uma faceta interessante sobre o papel do viés cognitivo. A contribuição aplicada do estudo é a de que, apesar dos atributos funcionais não serem afetados, apenas a noção de dirigir um carro com combustível alternativo, como o GNV, cria um impacto notável na avaliação dos motoristas da sua experiência de condução. A contribuição acadêmica do estudo é ajudar a sublinhar o viés cognitivo aplicando a pesquisa de marketing no contexto (de preferência original) das alternativas energéticas baseadas na tecnologia de produtos. (PALIWAL, 2012)

O trabalho desenvolvido por Pepper; Jackson e Uzzell (2009) teve o objetivo de estender a investigação psicológica sobre as motivações internas para os comportamentos de consumo socialmente consciente e frugal. Os autores examinaram as relações entre esses comportamentos de consumo, os tipos de valores humanos, o materialismo pessoal e sóciopolítico e a demografia.

Trata-se de uma pesquisa quantitativa, desenvolvida com base nos dados coletados por meio de questionário impresso, aplicado na cidade de Woking, localizada no condado Surrey, no sudeste da Inglaterra. Foram entregues 2.000 questionários em seis localidades, dessa cidade, os quais representaram uma diversidade de áreas em termos de classificação de desenvolvimento socioeconômico. Destes, 260 questionários completos e válidos foram devolvidos. Os dados foram analisados por meio de procedimentos estatísticos e correlações para as variáveis de estudo, análise de regressão sequencial e análise fatorial. (PEPPER; JACKSON; UZZELL, 2009)

Os principais resultados alcançados pela pesquisa sugerem que a importância especial do universalismo e pós-materialismo sociopolítico para a compra socialmente consciente sugere que o comportamento do consumidor com consciência social e, ao mesmo tempo, ecológica, é uma expressão de valores pró-sociais e pró-ambientais. Houve correlação entre a compra socialmente consciente e a frugal. A relação negativa entre a compra com consciência social e o materialismo pessoal indica que a compra socialmente consciente está ligada, de alguma forma, com motivações anticonsumistas em um nível pessoal. As considerações de justiça ecológica e social não parecem ser as principais motivações para o consumo frugal entre o público em geral. O comportamento do consumidor frugal diz respeito principalmente ao baixo materialismo pessoal e restrições de renda. Como tal, ainda não representa ao consumismo um desafio moral totalmente desenvolvido. (*ibid*)

Os autores Mitry e Smith (2009) desenvolveram um estudo que analisou o processo evolutivo de convergência ocorrido nas sociedades tradicionais mundiais e oriunda da

crescente internacionalização e fertilização cultural cruzada. Os autores definem convergência de consumidor como uma redução das diferenças de seleção de produtos de consumo dentro de uma população específica e, portanto, uma similaridade crescente de preferência. Eles propõem que alguns dos agentes no processo evolutivo estão diretamente relacionados com as funções de marketing. Um exemplo deste processo evolutivo de convergência é o marketing estratégico de bebida alcoólica com sabor *Flavored Alcoholic Beverage (FAB)*. Tal bebida é resultante da mistura de sucos de frutas, bebidas alcoólicas e aromas.

A fim de compreender o processo de mudanças evolucionárias no comportamento dos consumidores e da formação de convergência do mercado global, os pesquisadores desenvolveram um estudo sobre a *FAB* a fim de ilustrar a extensão desse processo. Mitry e Smith (2009) afirmam que a *FAB* foi introduzida pela primeira vez no mercado americano, mas agora é comercializada globalmente. A produção e comercialização variam um pouco de acordo com restrições regulamentares nacionais sobre o álcool, mas os produtos são muito semelhantes e padronizados assim como seguem a penetração no mercado global geral. Além disso, a disparidade de consumo entre os países estudados tem também diminuído significativamente ao longo do tempo, confirmando um tipo de convergência global no comportamento do consumidor.

Em um cenário onde as questões ambientais e sociais estão em fervoroso debate no meio acadêmico e na sociedade, analisar o comportamento do consumidor sob a ótica destas questões torna-se extremamente importante para a ampliação do conhecimento. As contribuições dos estudos que lançam luz sobre o comportamento ecológico e sobre o consumo consciente dirigem-se para este caminho.

Os resultados sinalizam o quanto ainda será necessário progredir para a transformação de comportamentos de consumo mais sustentáveis. Já a investigação sobre o comportamento do consumidor em um ambiente de comércio global traz contribuições por meio da identificação de certos padrões de comportamento, os quais transcendem as fronteiras do local e estimulam as organizações a alterarem o seu ambiente de negócio a fim de atender as demandas dos consumidores globais, considerando os aspectos culturais e o novo perfil do consumidor.

1.2 ESTUDOS NACIONAIS

O rastreamento de artigos nacionais publicados em periódicos nacionais foi feito considerando o mesmo período e classificação da Qualis Capes (2012) dos artigos internacionais

e foi realizado nos *sites* dos periódicos brasileiros. No sistema de busca dos periódicos foi utilizada a palavra-chave “comportamento do consumidor”. No período de 2007 a 2012 foram publicados 44 artigos com a palavra-chave “comportamento do consumidor”, sendo que 15 apresentavam no título e/ou no resumo a referida palavra-chave. Este levantamento foi realizado entre vinte e seis de janeiro de 2013 e dezenove de fevereiro de 2013, como demonstra a Tabela 2, a seguir.

Tabela 2 – Frequência de publicação de artigos científicos nacionais acerca do Comportamento do Consumidor (2007 - 2012).

Periódicos	Qualis Adm	Comportamento do consumidor
BAR. Brazilian Administration Review	A2	2
BBR. Brazilian Business Review	A2	2
Gestão & Produção	A2	2
RAC. Revista de Administração Contemporânea	A2	4
RAE. Revista de Administração de Empresas	A2	5
Estudos Avançados	A2	
Organizações & Sociedade	A2	
Revista Brasileira de Economia	A2	
Total de artigos		15

Nota: Adm. = Área: Administração, Ciências Contábeis e Turismo.

Fonte: Desenvolvido pela autora com base nos dados da pesquisa.

Considerando que as pesquisas em âmbito nacional totalizaram 15 publicações, assim como nos estudos internacionais, agrupou-se os artigos sobre comportamento do consumidor por linha de estudo, conforme quadro 2, a seguir.

Quadro 2 – Linhas de estudos nacionais sobre comportamento do consumidor

Linha de estudo	Autores
Responsabilidade Social Corporativa	Serpa; Fourneau (2007); Oliveira; Gouvea (2010)
Comportamento infantil	Veloso <i>et al.</i> (2008)
Marketing Global	Giraldi; Carvalho (2009); Leng; Botelho (2010)
Personalidade, Comportamento e Cognição	Monteiro; Veiga; Gonçalves (2009); Mesquita (2010); Pacheco; Santos; Lunardo (2012)
Fatores influenciadores de consumo	Vieira e Appio (2010); Hildebrand; Veloso (2012)
Redes Sociais	Almeida <i>et al.</i> (2011); Scaraboto; Rossi; Costa (2012)
Mix de Marketing	Brandão e Parente (2012); Isabella <i>et al.</i> (2012); Parente <i>et al.</i> (2012)

Fonte: Desenvolvido pela autora com base nos dados da pesquisa.

Optou-se por apresentar as investigações inseridas nas seguintes linhas de estudo: Responsabilidade Social Corporativa, Marketing Global e Mix de Marketing. Cabe destacar que as investigações apresentadas foram escolhidas por terem proximidade com a abordagem feita nesta dissertação. Na linha Marketing Global foi escolhido apenas o estudo de Leng; Botelho (2010). As pesquisas inseridas na linha Mix de Marketing não abrangem todo o composto de marketing (Produto, Preço, Promoção e Praça), apenas Praça e Preço.

O estudo de Serpa e Fourneau (2007) teve o objetivo de expandir o conhecimento sobre a concepção que consumidores de classe média brasileira têm em relação à responsabilidade social das empresas e a influência da mesma nas suas decisões de compra. Trata-se de uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório. Para coletar dos dados, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas individuais com 5 homens e 5 mulheres, de 30 a 38 anos, moradores da cidade do Rio de Janeiro e com nível superior completo. O tratamento dos dados foi conduzido por meio de análise hermenêutica.

Os resultados do estudo indicam que na tentativa de definir a responsabilidade social corporativa (RSC) os consumidores apontaram que o termo para eles está ligado à resolução de problemas socioeconômicos do país e ao cumprimento de obrigações básicas, como o fato de a empresa fornecer informações sobre os produtos e ser transparente ao comunicar-se com eles. Apesar dos consumidores terem pouco acesso a informações sobre RSC, a intenção de

compra pode ser afetada por informações com aspectos negativos. No entanto, os resultados não consentem assegurar que as organizações socialmente responsáveis perceberão impacto direto nas suas vendas. (SERPA; FOURNEAU, 2007)

Com o mesmo intuito, o estudo de Oliveira e Gouvea (2010) buscou identificar a influencia da RSC nas decisões de compra dos consumidores. Por meio de uma pesquisa quali-quantitativa, os autores buscaram descobrir a importância da RSC para os consumidores, a relevância da mesma frente a outros fatores e o nível de conhecimento dos mesmos acerca das ações realizadas ou patrocinadas pelas empresas e produtos utilizados para estudo na pesquisa. Para tanto, os pesquisadores desenvolveram a pesquisa de campo em duas etapas: a primeira, de caráter exploratório, e a segunda, de cunho descritivo conclusivo. Os consumidores investigados eram pós-graduandos de uma universidade paulista e para a pesquisa foram selecionados produtos alimentícios de conveniência.

Na primeira etapa a coleta de dados ocorreu por meio de dois grupos de foco, com 10 pessoas cada e com o uso de um roteiro semiestruturado. A análise dos dados foi realizada por meio da análise de conteúdo. Para a segunda etapa, os pesquisadores coletaram os dados por meio de questionários de autopreenchimento e a amostra probabilística foi composta por 60 pessoas. Os dados foram tratados por meio de procedimentos estatísticos. (OLIVEIRA; GOUVEA, 2010)

Os resultados do estudo indicaram que os fatores preço, qualidade, opinião de outras pessoas, marca e sabor, são considerados mais importantes na decisão de compra do que a responsabilidade social, sendo que os fatores qualidade e sabor apresentaram maior valor de importância para os consumidores no momento da compra. Os consumidores apresentaram pouco conhecimento acerca das ações sociais às quais os produtos e empresas incluídos na pesquisa estão vinculados. (OLIVEIRA; GOUVEA, 2010)

Por meio de um estudo quantitativo, Leng e Botelho (2010) investigaram como diferenças culturais impactam na forma como os consumidores se comportam durante o processo de tomada de decisão de compra. Os autores analisaram a relação entre a cultura nacional e os estilos de tomada de decisão de consumidores na compra de telefones celulares. A amostra de conveniência foi composta por 319 compradores do produto, sendo que 108 eram brasileiros, 104 americanos e 107 japoneses. Os dados foram coletados de agosto a setembro de 2008 em shoppings e universidades por meio de um questionário autoadministrado. Os dados foram tratados por meio de Análise de Variância Multivariada (MANOVA).

Os principais resultados da pesquisa indicam que os americanos e os japoneses apresentaram-se mais propensos à prática de compras hedonista que os brasileiros. Os americanos mostraram-se mais inovadores, seguido por japoneses e brasileiros. No que se refere à sobrecarga de escolha – *overchoice* – os japoneses provaram ser os mais confusos e os norte-americanos apresentaram pouco essa característica. Os brasileiros mostraram-se os mais fiéis à marca, seguido por japoneses e americanos. Os autores concluem afirmando que existem diferenças de estilos de tomada de decisão de acordo com a cultura que o consumidor pertence. (LENG; BOTELHO, 2010)

O comportamento do consumidor é estudado por Brandão e Parente (2012) a fim de investigar de que modo os diferentes níveis de densidade humana nas lojas varejistas brasileiras influenciam a percepção de *crowding* e a satisfação dos consumidores. As variáveis moderadoras do estudo foram níveis baixo e alto de renda, familiaridade do comprador com o espaço da loja e perspicácia estética do mesmo em relação a esse espaço.

A pesquisa empírica foi desenvolvida por meio de dois experimentos. O primeiro teste contou com uma amostra composta por 70 alunos de cursos de graduação e pós-graduação em administração. Nesse experimento, os pesquisadores coletaram os dados em sala de aula por meio de questionário. Para responderem alguns pontos desse questionário, foram apresentadas aos participantes imagens de livraria com baixa e alta densidade. O segundo teste foi realizado em uma amostra de conveniência composta por 105 respondentes e a coleta de dados se deu por meio de questionários *on-line*. Os participantes foram divididos em três grupos, sendo que cada grupo respondeu questões referentes a apenas uma das três condições de densidade demonstradas nas imagens que ilustravam densidade baixa, média e alta em livrarias. (BRANDÃO; PARENTE, 2012)

Os autores concluíram que o fator renda não afeta a percepção de *crowding* e a satisfação dos consumidores em relação aos níveis de densidade humana. Os consumidores não mostraram sensibilidade aos níveis de densidade humana entre baixo e médio, no entanto, apresentaram reações negativas quando os níveis passam do médio para o alto. Maior nível de familiaridade significou no estudo menor percepção de *crowding* e maior satisfação, e maior nível de perspicácia estética representou aumento da reação negativa do consumidor. (*ibid*)

O impacto do preço sobre o comportamento do consumidor foi estudado por Isabella *et al.* (2012). O objetivo da investigação foi examinar a forma como os consumidores compram, a percepção deles em relação à qualidade do produto e se indicam o produto para outras pessoas quando são oferecidos diferentes modelos de desconto. Tais modelos consistem no valor dos descontos (maiores e menores) e na apresentação do mesmo em

relação ao preço original, ou seja, desconto apresentado no valor absoluto ou por meio de porcentagem. Na pesquisa, foi considerado desconto de dois dígitos. O mercado virtual foi o ambiente escolhido para o desenvolvimento da pesquisa.

Para a coleta dos dados, os pesquisadores desenvolveram dois experimentos, sendo que em ambos foram utilizados anúncios de descontos em cupons de venda de serviços similares aos do site de compras coletivas Peixe Urbano. O primeiro experimento contou com uma amostra de 158 estudantes de Administração e Gestão de Empresas situada em Santo André, cidade localizada no Grande ABC Paulista, e a oferta de desconto anunciada foi pizza. Já o segundo experimento teve a participação de 96 pessoas escolhidas aleatoriamente e estimuladas a convidarem amigos para participar da pesquisa, a qual foi disponibilizada em formato digital. Nesse caso, o anúncio de desconto foi de serviços automotivos. (ISABELLA *et al.*, 2012)

Os dados foram submetidos a procedimentos de análises quantitativas, as quais foram realizadas com o auxílio do *software SPSS*. Os autores indicam que os resultados ratificam a proposição teórica de que a intenção de compra de ofertas apresentadas com desconto em valores absolutos pode aumentar quando o valor de desconto é próximo do valor de referência. Foi identificado impacto das alíquotas de desconto variável na influência da intenção de compra, nas recomendações e na percepção da qualidade, causado pelas alterações da estrutura da oferta. (ISABELLA *et al.*, 2012)

O comportamento dos consumidores de baixa renda foi estudado por Parente *et al.* (2012). O foco do estudo foi compreender as preferências destes consumidores em relação a dois tipos de aglomerados varejistas: polos varejistas de rua e *shopping centers*. A pesquisa foi desenvolvida em três polos varejistas de rua na cidade de São Paulo, localizados em São Miguel Paulista, Capão Redondo e Vila Nova Cachoeirinha, que foram selecionados por meio de uma amostra por julgamento. Participaram da pesquisa 318 mulheres, que costumavam frequentar o polo onde foram entrevistadas e um *shopping center* de sua preferência. Por meio de entrevista pessoal, os pesquisadores coletaram os dados com o auxílio de questionário, o qual foi construído com base em estudos anteriores e pesquisa exploratória.

Os dados foram tratados por meio de análises descritivas, fatorial exploratória, de regressão multivariada e de *clusters*, além de outros procedimentos adotados. Como principais resultados do estudo, os autores indicam a existência de certa preferência pelos polos varejistas de rua como local de compra, os quais apresentaram melhor avaliação nos quesitos acessibilidade e percepção da relação benefício/custo. Já os *shopping centers* foram melhores avaliados no que se refere à infraestrutura, ambiente, segurança e variedade de lojas. Outro

fator destacado pelos autores é a questão do preconceito, pois nos polos varejistas de rua as consumidoras destacaram este fator como positivo, diferentemente do que sentem em relação aos *shoppings centers*, nos quais sinalizam passar por experiências preconceituosas. (PARENTE *et al.*, 2012)

Ao aderirem os preceitos que regem a RSC, algumas organizações imaginam que terão aumento nas vendas e que este será um dos fatores determinantes na escolha do consumidor, no entanto, essas vantagens não podem ser apresentadas como certas e garantidas, considerando os apontamentos dos estudos. Identifica-se a necessidade de aumentar a compreensão e a aderência dos consumidores sobre a valorização das empresas que incorporam de forma séria as diretrizes da RSC, com o intuito de tornar o consumo mais consciente.

O mercado global torna a compreensão dos aspectos culturais que envolvem as relações de consumo essencial para que as organizações possam estabelecer estratégias para lidar com as diferenças de cultura. Neste sentido, reforça-se a contribuição dos estudos que conseguem traçar um perfil cultural de um dado grupo de consumidores. É evidente que os resultados sinalizam traços culturais de um grupo específico de consumidores, desta forma, ao serem considerados em um contexto mais amplo, requerem cautela.

A avaliação dos consumidores sobre preço e ponto de venda são muito relevantes para investigar o comportamento do consumidor. Ao lançar um olhar sobre este aspecto, os investigadores propiciam melhores interpretações sobre as impressões que os consumidores têm acerca das práticas adotadas por empresas e grupos de empresas. Identificar como os consumidores reagem a níveis de desconto e qual a percepção deles sobre o ponto de venda permite o delineamento de segmentações de mercado.

Na continuação deste capítulo serão abordados os fatores que influenciam o comportamento do consumidor, com enfoque sobre os fatores cultural, ético e de responsabilidade social.

1.3 FATORES INFLUENCIADORES

1.3.1 Cultura

O contexto cultural no qual o consumidor está inserido determina as suas decisões e ações de consumo, e assim, a investigação do comportamento do consumidor não pode ser desenvolvida sem que os aspectos culturais sejam considerados. A cultura tem efeitos

expressivos e abrangentes, o que dificulta a compreensão da sua relevância para o estudo do consumidor. A imersão em diferentes contextos culturais possibilitam o desvelamento do poder que a cultura exerce sobre as escolhas de consumo e, nesta situação, conclui-se que as proposições estabelecidas como coerentes por uma determinada sociedade não têm aplicação universal. (SOLOMON, 2008)

Para Tylor (1871, p. 1) “cultura [...] em seu amplo sentido etnográfico, é esse todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade”.

Um dos elementos essenciais para a viabilização da vida em grupos é a cultura, uma vez que sem padrões culturais – sistemas organizados de símbolos significantes – as pessoas teriam dificuldade para viver juntas. É a cultura que define as comunidades humanas, seus indivíduos e organizações sociais (DE MOOIJ, 2011). “A cultura refere-se a um conjunto de valores, ideais, artefatos e outros símbolos significativos que ajudam os indivíduos a se comunicar, a interpretar e a avaliar como membros de uma sociedade”. (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2011, p. 326)

A cultura inclui crenças, atitudes, normas, papéis e valores compartilhados por pessoas de determinada região geográfica, que vivem no mesmo período histórico e falam o mesmo idioma (DE MOOIJ, 2011). Elementos abstratos, tais como valores, atitudes, ideias, personalidades, símbolos e construtos sumários, bem como também, elementos materiais (livros, ferramentas, edifícios etc.) compõem a cultura (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2011). Tais elementos particulares e comuns da cultura geralmente são transferidos de geração em geração (DE MOOIJ, 2011). A cultura é dependente do contexto histórico e dos indivíduos, e por isso, não pode ser separada de ambos, pois é formada por meio das interações de diferentes personalidades, contraditórias e complementares, que produzem um todo maior que a junção de suas partes. (DE MOOIJ, 2011)

Ao longo do tempo, os contextos culturais passam por transformações que os fazem evoluir por meio da incorporação de novas perspectivas e convicções ao estado antigo, uma vez que a cultura é dinâmica, ativa e progressiva. Na investigação, o pesquisador do comportamento do consumidor deve considerar este fator, ou seja, em um dado momento do tempo, produtos e serviços coerentes com determinado contexto social poderão obter vantagens competitivas, mas isto não pode ser alterado com o passar dos anos. A cultura do consumidor determina as prioridades gerais que ele confere a diferentes atividades e produtos e também define o sucesso ou o fracasso de produtos/serviços. Um produto que oferece

benefícios coerentes com o que os membros de uma cultura desejam em algum momento no tempo tem muito mais chances de conquistar a aceitação do mercado. (SOLOMON, 2008)

O sistema cultural é composto por três áreas funcionais: a ecologia, que envolve a forma como a vida é operacionalizada pelo grupo considerando as limitações e qualidades do local onde vivem; a estrutura social, que inclui a organização e manutenção da vida em sociedade, abarca os grupos políticos e sociais dominantes; e a ideologia, que se refere ao compartilhamento de valores semelhantes entre os membros de uma sociedade sobre questões de ordem, justiça, moral e estética. (SOLOMON, 2008)

Considerando que a cultura pode ser investigada em princípios gerais, é possível analisar a sua conjuntura em diferentes sociedades. Por meio do seu estudo, é possível compreender os preceitos do pensamento e da ação humana. (TYLOR, 1871)

1.3.2 Ética

A ética do consumidor é definida como os princípios morais e as normas que orientam o comportamento de indivíduos ou grupos no momento em que obtêm, utilizam e dispõem de produtos e serviços. (MUNCY; VITELL, 1992)

O dilema ético de consumo é um tipo de problema que o consumidor pode enfrentar no processo de compra e consumo. Tal problema requer uma tomada de decisão, a qual é diferente da que é normalmente utilizada na escolha de produtos e marcas, pois envolve dimensões éticas ou morais. O consumidor estará perante um dilema ético quando for confrontado com decisões de compra onde qualquer alternativa selecionada vai contra algum dos seus valores pessoais e, como na maioria dos dilemas, a decisão de satisfazer os desejos próprios contraria os interesses dos outros e vice-versa. Um dilema existe em grande parte, porque o que é bom para si mesmo não é bom para as outras pessoas. (MARKS; MAYO, 1991)

O estudo de Marks e Mayo (1991) apresenta e define o conceito de dilemas éticos de consumo, testa um modelo de tomada de decisão ética do consumidor e investiga como os consumidores se sentem durante e após a resolução do dilema. A amostra de conveniência foi composta por 47 pessoas, sendo que os dados foram coletados por meio de questionário autoadministrado. Para o tratamento dos dados, foram utilizados procedimentos estatísticos, dentre eles, a Análise de Regressão.

Como principais resultados, os autores indicam que em alguns casos os consumidores podem tentar resolver dilemas éticos escolhendo alternativas éticas, apoiados em valores

peçoais e promovendo os seus próprios interesses, mesmo que a sua decisão possa penalizar as outras partes interessadas. Em outros casos, porém, os consumidores escolhem alternativas que consideram ser antiéticas e que podem ir contra os seus próprios interesses, devido às consequências (ou seja, benefícios) para outras pessoas, de forma que, os consumidores que optaram por meios antiéticos para resolver seu dilema moral tendem a depender de como sua escolha afetaria outras partes interessadas como o principal determinante do juízo ético. Os consumidores que optaram por uma postura neutra ou ética não sinalizaram diferenças significativas em seus sentimentos, no entanto, os consumidores que escolheram uma alternativa que eles consideraram antiético relataram sentirem-se significativamente mais ansiosos, culpados, nervosos, cheios de remorso, envergonhados, embaraçados e antiéticos. (MARKS; MAYO, 1991)

Com o objetivo de explorar a percepção dos consumidores em relação às situações com conteúdo ético, de modo a identificar a natureza e a estrutura de crenças dos mesmos e explorar como as crenças éticas podem estar relacionadas com fatores demográficos, Muncy e Vitell (1992) desenvolveram um estudo empírico exploratório, cujos dados foram obtidos em duas fases, em ambas, por meio de questionários.

Na primeira fase, participaram 569 chefes de família norte-americanos, os quais representaram uma grande proporção dos principais segmentos demográficos da sociedade dos Estados Unidos da América (EUA). Nesta fase foi aplicada a análise fatorial exploratória. Na segunda fase, os autores não indicaram o número de participantes, afirmam apenas que a mesma teve o intuito de testar a robustez da análise fatorial exploratória conduzida sobre a primeira amostra, sendo que os dados foram tratados por meio da análise fatorial confirmatória. (MUNCY; VITELL, 1992)

De maneira geral, os principais resultados do estudo sugerem alto nível de preocupação ética, no entanto, em vários casos os consumidores mostraram uma notável falta de preocupação ética. O que ilustra isto é o fato de que apenas 12% dos entrevistados julgaram ser errado piratear obras fonográficas. O estudo identificou fortes relações entre as preocupações éticas e certas características demográficas. Além disto, os autores identificaram três fatores que contribuem para as decisões éticas feitas pelos consumidores: se o consumidor era ativo ou passivo no ato; se o comportamento enganoso ou fraudulento estava envolvido; e o grau do dano a partir do comportamento. (MUNCY; VITELL, 1992)

Para resolver questões relativas à ética do consumidor, é necessário incluir o seu contexto dentro da natureza global e dos tipos gerais de valor para o cliente. Para compreensão da conduta ética do consumidor são destacados três tipos de valores para o

tomador de decisão: intrínseco, perseguidos por sua própria causa como um fim em si mesmo; orientado para outro, não é feito em própria causa, mas em função dos outros interessados, pelo seu efeito sobre eles ou como eles vão reagir; e ativo, envolve algumas manipulações do ambiente, em vez de apenas uma resposta, como passiva ou reativa. Por conseguinte, as possibilidades de consumo ético incluem tais valores – intrínseco, orientado para o outro e ativo – e são encontradas, por exemplo, nas compras ‘verdes’ e de produtos de origem animal segura. Já o potencial de consumo antiético inclui atividades consumidoras que prejudicam os outros interessados como poluição, prostituição, drogas e outras formas de crime. (HOLBROOK, 1994)

Partindo do princípio de que o comportamento de indivíduos e grupos influencia e causa efeitos na sociedade como um todo, Santos e Souza (2010) buscaram, por meio de estudo quantitativo, esclarecimentos sobre o comportamento dos consumidores brasileiros no contexto do consumo ético. O propósito dos autores foi validar o instrumento “The Muncy–Vitell Consumer Ethics Scale” (VITELL; MUNCY, 2005) no Brasil. A investigação foi realizada com 419 alunos do ensino médio de escolas públicas do Rio de Janeiro por meio de questionários. Os dados foram submetidos a procedimentos estatísticos. Dos 17 itens propostos por Vitell e Muncy (2005) 12 foram validados por Santos e Souza (2010), de forma que os autores concluem que o instrumento é válido para detectar e assemelhar na realidade brasileira o comportamento de indivíduos e grupos no contexto do consumo ético.

Em trabalho conceitual, Brinkmann e Peattie (2008) investigaram as dimensões éticas positivas do comportamento do consumidor com foco na boa ética, no idealismo e na responsabilidade do consumidor, a partir das perspectivas cidadania do consumidor, consumismo político e tomada de decisão do consumidor. Sobre as perspectivas cidadania do consumidor e consumismo político, os autores afirmam que as possíveis diferenças conceituais destes dois termos residam, talvez, no grau e na ordem dos motivos, de modo que o cidadão consumidor pretende mudar o seu consumo para fazer o bem e o consumidor político busca criar uma mudança para o bem por meio de seu consumo.

O consumo ético positivo é designado como “Responsabilidade Social do Consumidor (RSCons)”, a qual os autores, ao concluírem o estudo, apontam como parcialmente análoga à RSE, esclarecida por conceitos do cidadão-consumidor, insuficientemente explicada por argumentações de convencionais modelos de tomada decisão do consumidor, dependente do contexto situacional e das informações disponíveis para os consumidores e potencialmente dependente da evolução de um sentido de co-responsabilidade entre os comerciantes e consumidores. (BRINKMANN; PEATTIE, 2008)

O tema Responsabilidade Social do Consumidor será tratado com mais detalhes na sequência, considerando que o mesmo está entre os três fatores analisados nesta pesquisa.

1.3.3 Responsabilidade Social

O comportamento socialmente responsável de consumidores brasileiros foi investigado por Queiroga *et al.* (2005). Os autores adaptaram a Escala de Comportamentos Socialmente Responsáveis do Consumidor – ECSRC (ROBERTS, 1996). Ao validar a ECSRC, os autores pretendiam apresentar uma medida psicometricamente apropriada aos estudos futuros na área e produzir debates sobre a influência das preocupações geradas pelas questões sociais no comportamento de consumo dos indivíduos. O estudo foi realizado em uma amostra intencional composta por 298 alunos de uma universidade pública do Estado da Paraíba. A coleta de dados se deu por meio de questionário e a análise foi feita por meio de Análise fatorial dos eixos principais com rotação promax.

Os autores assinalaram que a ECSRC possui múltiplas dimensões, composta por três fatores: preocupação ambiental, preocupação com reciclagem e preocupação social, sendo que nesse estudo os autores confirmaram existência de coerência na utilização de múltiplos fatores para analisar o comportamento dos consumidores. Confirmou-se a validade da ECSRC, a qual se apresentou adequada ao contexto brasileiro, com índices aceitáveis de consistência interna e estrutura consistente e confiável. (QUEIROGA *et al.*, 2005)

A pesquisa sugeriu que os consumidores brasileiros têm preocupações ambientais, no entanto, os elementos preço, qualidade e conveniência exercem influência maior sobre as decisões de compra. Além disto, os achados do estudo indicaram que dentre as variáveis demográficas a idade foi a única que colaborou para a compreensão do fenômeno estudado, apontando que os indivíduos com idade mais elevada ponderam questões ambientais ao escolherem produtos e fornecedores. (*ibid*)

O consumo socialmente responsável é investigado por Durif *et al.* (2011) com o objetivo de produzir elementos práticos e teóricos que possibilitem a identificação dos perfis de consumidores socialmente responsáveis, com base em uma medida abrangente de RSCons desenvolvida pelos pesquisadores e por meio do uso de declarações de consumo respeitando o comportamento passado. O estudo foi realizado na província de Québec (Canadá), os dados foram coletados por meio de questionário eletrônico autoadministrado e a amostra foi composta por 752 pessoas. Para análise, os dados foram submetidos a procedimentos estatísticos.

Os resultados apontam validade para o construto proposto e identifica seis perfis de consumidores, que variam em termos de consciência socialmente responsável, conforme segue:

- *Pro + SRC*: os indivíduos deste grupo tiveram a média mais elevada de todos os oito aspectos de RSCons;
- *Pro SRC*: a importância que atribuem à reciclagem e compostagem foi elevada, no entanto, a sua pontuação de transporte sustentável foi menor;
- *Average + SRC*: eles atribuíram importância mediana para RSCons. Com relação à compostagem, de 5 grupos, eles pontuaram mais, e menos, no entanto, quando se trata de transporte sustentável;
- *Average SRC*: eles também atribuíram importância mediana para RSCons, mas pontuaram mais do que 5 grupos no que diz respeito ao transporte sustentável;
- *Average – SRC*: eles facilmente reciclavam, mas não eram defensores da compostagem;
- *Anti-SRC*: eles demonstraram desinteresse acentuado às preocupações sociais e ambientais. (DURIF *et al.*, 2011)

Os autores apontam que todos os sujeitos de todos os grupos, indicaram o preço como um fator impeditivo para o consumo socialmente responsável, pois para eles esses produtos/serviços são muito caros em relação aos itens comparáveis. Como fator motivador a imagem pessoal individual teve, significativamente, menor importância para os respondentes no grupo *Anti-SRC*. Este fator sinaliza a sensação de ser uma boa pessoa por meio do consumo responsável. Identificou-se também que o nível de RSCons tendia a aumentar com a idade, ou seja, pessoas mais jovens apresentaram menor nível.

2 ECONOMIA INFORMAL

Este capítulo descreve o conceito de economia informal que norteou o estudo empírico ora desenvolvido. São apresentados os resultados do rastreamento da produção acadêmica acerca da temática economia informal de 2007 a 2012 em âmbito nacional e internacional. No capítulo 4 encontram-se explicitados os critérios estabelecidos para esse rastreamento. A economia informal no Brasil é delineada ao final deste capítulo.

As práticas econômicas informais são denominadas por meio de diversos termos, dentre eles, destacam-se: economia informal, subterrânea, submersa, oculta, invisível, irregular, escondida, clandestina, negra, paralela, não declarada, não oficial, não registrada, quaternária, crime-negócio, criptoeconomia, mercado negro, entre outros. Assim como os termos são múltiplos, as delimitações teóricas dos mesmos também o são.

Desta forma, optou-se pela utilização do termo mais popular e que carrega consigo todos os demais termos: economia informal, que se caracteriza pelas transações envolvendo bens e serviços que evadem a Contabilidade Nacional e permanecem ocultas. (ROCHA, 1989; BAGNASCO, 1997)

O conceito de setor informal nasceu no início dos anos 70, servindo para designar as atividades de pequenas proporções destinadas essencialmente a propiciar rendas de subsistência a novos habitantes das cidades do Terceiro Mundo que o êxodo rural amplificado pela modernização, senão pela industrialização, tendeu a multiplicar. Em seguida, a noção estendeu-se ao conjunto das pequenas atividades que, dada a sua origem tradicional ou seu caráter recente e espontâneo, permaneceram à margem das legislações e das diversas formas de registro, especialmente estatísticas. (CHARMES, 1997, p. 64)

Sob a ótica da pequena produção mercantil, o setor informal está atrelado à figura do trabalhador que não possui registro nos órgãos competentes, sonega tributos e viola as leis trabalhistas e previdenciárias. Atuando na ilegalidade de forma total ou parcial, acumula as funções de patrão e empregado, recruta membros da família ou pessoas conhecidas para auxiliá-lo no desenvolvimento das atividades que, por vezes, têm prazo para término, são sazonais ou perduram no decorrer dos anos. Esse trabalhador, a depender das atividades que desenvolve, geralmente, possui qualificações, ferramental e estoque (CACCIAMALI, 1994), podendo ser produtor de bens, prestador de serviços ou comerciante.

Determinadas características da produção informal, como, por exemplo, a pequena ou microescala de atividade, a dispersão geográfica, a pequena base de renda para efeitos tributários, entre outras, facultam a esses agentes

econômicos graus de invisibilidade frente às autoridades fiscalizadoras. (CACCIAMALI, 1994, p. 220)

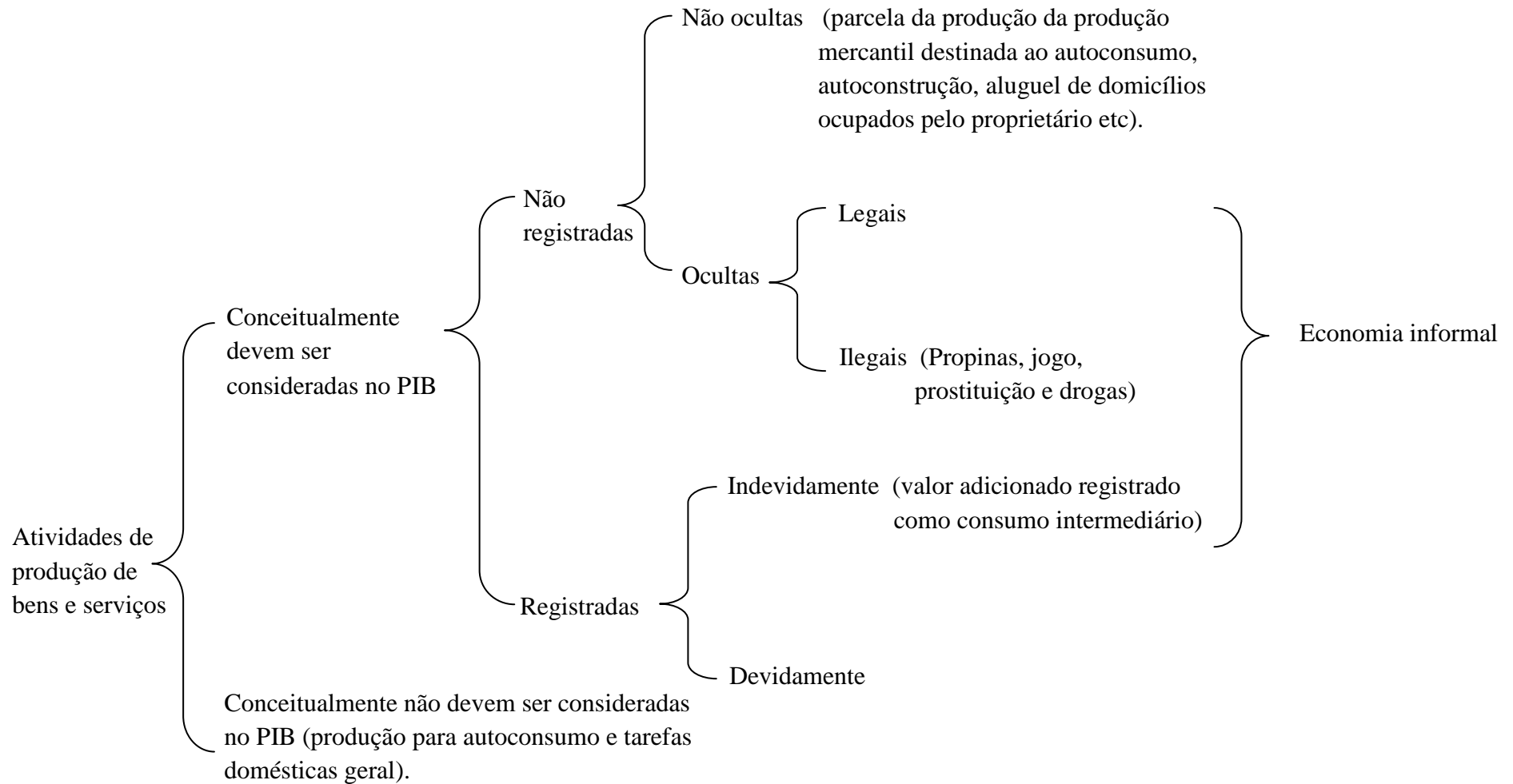
No entanto, há quem diga que a administração pública, apesar dos déficits orçamentários, adota uma postura liberal em relação à atuação destes agentes econômicos, considerando que as atividades informais representam uma saída para aliviar as pressões sociais, pois promovem a integração social e possibilitam a redução da pobreza (ROCHA, 1989). É relevante destacar que tais agentes não são os únicos responsáveis pelas ilegalidades tributárias que acometem os países. Empresas legalmente constituídas, por vezes, exercem práticas ilegais, sejam elas de caráter tributário ou trabalhista. (*ibid*)

Na década de 1970, os estudos sobre a economia informal eram realizados por meio de abordagens desenvolvidas à luz do conceito introduzido no início dessa década pela Organização Internacional do Trabalho (OIT). Essas abordagens, segundo Rocha (1989), estavam atreladas aos dilemas das economias subdesenvolvidas e eram divididas da seguinte forma: mercado de trabalho “as definições variam em torno de qual subconjunto de trabalhadores compõem o setor informal, utilizando-se critérios diversos baseados em características de indivíduo e das unidades produtivas” (p. 3); bem-estar social, “[...] onde o setor informal é um segmento da população que se situa abaixo de um certo nível de bem estar social, que pode ser definido de diversas formas” (p. 4); estrutura produtiva, define o setor informal a partir do nível de desenvolvimento das empresas, o qual é mensurado pelo tamanho, tecnologia e organização, de forma que as empresas com menor tamanho, tecnologia e organização são categorizadas como informais.

O enfoque foi alterado, a partir do final da década de 1970, para as tentativas de mensuração estatísticas macroeconômicas e para os problemas decorrentes das dificuldades de tais mensurações. Por meio desses estudos, os pesquisadores procuram obter dados sobre o tamanho e a estrutura das atividades informais, com o intuito de avaliar melhor o potencial e a dinâmica econômica dos países e o delineamento de políticas econômicas adequadas e mais condizentes com a realidade (ROCHA, 1989). A natureza técnica da economia informal se apresenta como um dos grandes entraves para o estudo desta temática, pois ainda não são claros os meios que devem ser adotados para tornar visíveis as transações ocultas. (ROCHA, 1989; BAGNASCO, 1997)

A figura 1, a seguir, delinea o conceito de economia informal a partir da classificação das atividades de produção de bens e serviços, dos motivos que elas são ou não ocultadas nos registros e da forma como elas são ou não registradas e da Contabilidade Nacional.

Figura 1 – Economia Informal: delineamento conceitual



Fonte: Adaptado pela autora de Rocha (1989, p. 9).

Em resumo, a economia informal compreende as atividades de produção de bens e serviços que deveriam ser registradas na Contabilidade Nacional, mas que não o são ou quando sim, de forma indevida. As atividades não registradas podem ser de teor legal ou ilegal, sendo estas últimas atividades legalmente proibidas. Já as legais são “as atividades geradoras de bens e serviços, que, embora perfeitamente legais, compõem a economia informal por falta do registro exigido pelo poder público” (ROCHA, 1989, p. 11) e abrangem o comércio, a indústria e a prestação de serviços.

2.1 ESTUDOS INTERNACIONAIS

O levantamento em torno da produção científica sobre o campo de estudo Economia Informal, entre os anos de 2007 e 2012, nos artigos publicados nos periódicos internacionais, nas áreas de “Administração, Contabilidade e Turismo” e “Economia”, classificados pela CAPES com o conceito Qualis CAPES A1 e A2 (conforme Tabela 3, a seguir), foi realizado na base de dados EBSCOhost (2012). No sistema de busca da referida base de dados optou-se por utilizar a palavra-chave *informal economy*, visando padronizar o rastreamento dos artigos.

O levantamento preliminar, realizado em oito de outubro de 2012, revelou que foram publicados, entre os anos de 2007 e 2012, em periódicos científicos, 410 artigos com a palavra-chave *informal economy*, sendo que destes, 20 foram publicados por periódicos internacionais classificados pela Qualis CAPES (2012) com o conceito A1 e A2.

Tabela 3 – Frequência de publicação de artigos científicos internacionais acerca da Economia Informal (2007 - 2012).

Periódicos	Qualis		Informal Economy
	Adm.	Econ.	
Industrial Marketing Management	A1		
International Journal of Consumer Studies	A2		
Applied Economics Letters	A2		1
Brookings Papers on Economic Activity		A2	1
Economic Modelling	A2		2
Economics Letters	A1	A2	3
International Journal of Human Resource Management	A1		3
Journal of Development Economics		A2	4
Journal of Economic Behavior & Organization		A2	2
Public Choice	A1		4
	Total de artigos		20

Nota: Adm. = Área: Administração, Ciências Contábeis e Turismo; Econ. = Área: Economia.
Fonte: Desenvolvido pela autora a partir da pesquisa na base de dados EBSCOhost (2012).

Os estudos publicados em periódicos internacionais investigam a economia informal em vários aspectos, e desta forma, optou-se por agrupá-los por linhas de estudo. O quadro 3, a seguir, apresenta o agrupamento, interpretado pela pesquisadora acerca do que cada um dos artigos abordou nos seus resumos e conclusões.

Quadro 3 – Linhas de estudos internacionais sobre economia informal

Linha de estudo	Autores
Desenvolvimento econômico	Debrah (2007) La Porta; Shleifer (2008) Drine; Nabi (2010) Blackburn; Bose; Capasso (2012)
Política	Chaudhuri; Banerjee (2007) Torgler; Schneider; Schaltegger (2010) Tanaka (2010) Teobaldelli (2011) Dinkelman; Ranchhod (2012) Jackson (2012)
Fatores motivacionais do setor	Dabla-Norris, Gradstein; Inchauste (2008) Bhaumik (2008) Ulyssea (2010) D’hernoncourt; Méon (2012) Wang; Yu; Hu (2012)
Dimensionamento do setor	Ahumada; Alvaredo; Canavese (2008)
Corrupção	Dreher; Schneider (2010) Dobson; Ramlogan-Dobson (2012)
Heterogeneidade do setor	Williams (2010) Günther; Launov (2012)

Fonte: Desenvolvido pela autora a partir da base de dados EBSCOhost (2012).

Considerando que a produção total apresentou 20 artigos e seis linhas de estudo, serão apresentados os principais pontos de, em média, dois artigos de cada uma das linhas de estudo citadas, para que se tenha conhecimento do quão abrangente são os estudos da temática economia informal.

Na linha de estudo Desenvolvimento econômico foram agrupados 4 artigos, dos quais três foram selecionados. Em seu estudo, Debrah (2007) analisa a tentativa do governo de Gana para transformar o setor em fonte de desenvolvimento econômico nacional, empreendedorismo e autoemprego. Trata-se de um estudo qualitativo empírico e exploratório.

A coleta dos dados foi feita por meio de entrevistas semiestruturadas, da literatura disponível e de documentos reunidos durante o trabalho de campo que foi realizado entre os anos de 2003 e 2004. A escolha das organizações, indivíduos e grupos estudados foi feita por meio do método de amostragem intencional, de forma que 92 indivíduos participaram da pesquisa. Os dados foram analisados por meio da análise de conteúdo. (DEBRAH, 2007)

O autor argumenta que a estratégia do governo de Gana para o emprego informal constitui uma tentativa útil para combater o desemprego em longo prazo, embora seja um produto de conveniência política e, portanto, propenso a armadilhas. Em ambientes de crise econômica permanente, que comprometem a capacidade dos governos subsaarianos africanos de gerarem um crescimento adequado, a promoção do setor informal, como uma importante fonte de emprego, faz bem no sentido socioeconômico. A estratégia do governo deve, portanto, ser vista como uma tentativa de ajudar o setor informal a gerar um nível de emprego superior ao marginal e de sobrevivência. (*ibid*)

Com o intuito de explicitar o papel da economia informal no desenvolvimento econômico e, em particular, compreender o quão importante é, para o crescimento econômico, a oficialização das atividades informais e dos recursos dedicados à sua operação, La Porta e Shleifer (2008) desenvolveram um estudo de forma a apresentar alguns novos fatos sobre a economia informal e interpretá-los à luz de várias teorias.

Nessa pesquisa, os autores apresentam correlações básicas com uma análise comparativa das características e produtividade das empresas formais e informais em vários países em desenvolvimento. Os dados foram coletados em três conjuntos de pesquisas sobre empresas formais e informais realizadas pelo Banco Mundial. Essas pesquisas permitiram fazer comparações sobre o tamanho, os insumos, as características da gestão, e, de uma maneira aproximada, a produtividade de empresas formais e informais. (LA PORTA; SHLEIFER, 2008)

O estudo concluiu que na amostra as empresas informais são pequenas e extremamente improdutivas em comparação até mesmo com as pequenas empresas formais e, especialmente, em relação às grandes empresas formais. Empresas formais são geridas por gestores muito melhores educados do que as empresas informais, usam mais capital, têm clientes diferentes, mercado para seus produtos e usam mais o financiamento externo. Poucas empresas formais já operaram informalmente. Esta evidência suporta a teoria de dupla economia de desenvolvimento, em que o crescimento se dá a partir da criação de empresas formais altamente produtivas. Empresas informais sustentam milhões de pessoas, mas desaparecem quando a economia se desenvolve. (LA PORTA; SHLEIFER, 2008)

O estudo desenvolvido por Drine e Nabi (2010) teve por objetivo verificar se a dívida pública externa constitui uma fonte de ineficiência da produção nos países em desenvolvimento. O trabalho propõe uma abordagem alternativa para investigar o efeito não linear da dívida externa sobre o crescimento. Para analisar o efeito da dívida externa sobre a eficiência econômica, os autores desenvolveram um modelo de crescimento endógeno com setores formal e informal e fizeram uso do método econométrico de fronteira estocástica com heterogeneidade não observada. A primeira etapa da análise empírica consistiu em uma estimativa de um modelo de fronteira estocástica e, para testar o efeito não linear da percentagem de dívida pública, como segunda etapa, e foi utilizada a série de eficiência.

Os dados analisados foram extraídos de um painel de 27 países em desenvolvimento, com diferentes níveis de endividamento e taxas de crescimento, observados no período de 1970 a 2005. Os dados como Produto Interno Bruto (PIB), investimento, trabalho, dívida e consumo de energia elétrica foram extraídos da base de dados do Banco Mundial. O estoque de capital inicial baseou-se no estudo de Nehru e Dharehwar (1993 *apud* Drine; Nabi, 2010). Os autores justificam que, para testar o efeito não linear, é necessário um painel heterogêneo, e para lidar com a heterogeneidade não observada, os autores estimaram modelos de coeficientes aleatórios. (DRINE; NABI, 2010)

Os resultados do estudo indicam que um aumento da parcela da dívida pública externa aumenta a eficiência da produção por meio de um efeito de externalidade positiva. No entanto, ela gera um efeito oposto por meio da redução do tamanho do setor formal em favor de um setor informal menos eficiente. O efeito resultante torna-se negativo além de um nível ideal. Além disso, um grande estoque de dívida pública externa reduz a eficiência da produção, quando ela leva a uma política orçamentária rigorosa, que reduz o tamanho do setor formal. Desta forma, o estudo confirma o efeito não linear da dívida pública externa sobre a eficiência de produção, com um ponto de viragem de cerca de 84%. Os resultados econométricos confirmam também um efeito não linear da dívida pública externa no setor formal. (*ibid*)

As questões políticas que permeiam a economia informal são tratadas por seis estudos, de forma que também serão explicitados três artigos. O trabalho de Torgler; Schneider e Schaltegger (2010) analisa primeiramente a abordagem ascendente alternativa que descentraliza o poder político para aqueles que estão perto dos problemas, ou seja, os autores analisam a relação com a autonomia local – uma relação entre as competências políticas descentralizadas e a vontade de cumprir. Em um segundo momento, os pesquisadores investigam a extensão em que a autonomia local afeta o tamanho da economia informal. Os

dados foram extraídos do conjunto de dados do *International Social Survey Programme “Religion II”* acerca de uma seção transversal de indivíduos em toda a Suíça. Tais dados foram analisados em nível individual e macro.

Os resultados indicaram que a autonomia local é altamente relevante para a compreensão do por que as pessoas cooperam com as regras das sociedades. Instituições governamentais que respeitam as preferências dos cidadãos terão mais apoio dos mesmos do que um estado que age de forma leviana, e, portanto, um governo responsável irá melhorar o moral do imposto. Os indivíduos são mais propensos a cumprir com a obrigação de pagar os seus impostos quando eles são capazes de selecionar o programa de despesas do setor público. Por outro lado, o cumprimento fiscal é menor quando os cidadãos não podem controlar a aplicação dos impostos que pagam. Um alto nível de autonomia local permite a expressão de preferências e aumenta a identificação com as instituições governamentais, o que contraria a inclinação para ser ativo na economia informal e aumenta a vontade de pagar impostos. Se os cidadãos e as autoridades interagirem com um sentido de responsabilidade coletiva, devido às estruturas institucionais, o sistema pode ser melhor governado e as políticas mais eficazes. (TORGLER; SCHNEIDER; SCHALTEGGER, 2010)

A partir de dois conjuntos de literatura, Tanaka (2010) realizou um estudo com o objetivo de dar um passo inicial na exploração de complementaridades não marcadas no foco e abordagem dos conjuntos de literatura do setor informal e da economia política, e assim desenvolver justificativas de apoio à microanálise e à relevância da dimensão política, o que tem sido repetidamente trazido à tona ao longo dos anos. O trabalho desenvolve e combina *insights* destes dois conjuntos de literatura, os quais aparentemente, lidaram de forma independente com duas questões de desenvolvimento onipresentes: informalidade e política.

A pesquisa se concentrou em enfatizar como distintas premissas institucionais podem racionalizar a capacidade relativamente baixa de influenciar a política, ou seja, o autor fornece argumentos, com base na análise do conjunto de literaturas, sobre a capacidade limitada de entidades informais influenciarem a política e além disto, indica que recursos politicamente valiosos são identificados na literatura da economia política e que a literatura do setor informal fornece ampla evidência de que estes recursos em geral são: pouco disponíveis para entidades informais; pouco valorizadas na sua posse; e inexplorado coletivamente por eles com mais frequência. No geral, parece haver um viés importante, porém negligenciado na forma como o sistema político em países menos desenvolvidos, artesanalmente formulam e implementam políticas. (TANAKA, 2010)

O efeito de sistemas políticos federais sobre o tamanho da economia informal foi analisado teórica e empiricamente por Teobaldelli (2011). O pesquisador compara o tamanho da economia informal em duas organizações da sociedade. Uma delas é um sistema político unitário, em que as escolhas em matéria de impostos e de prestação de serviços públicos são feitas de forma centralizada e a outra organização é um Estado Federal, onde tais decisões de política fiscal são tomadas em nível local.

O material para análise foi extraído do conjunto de dados de Schneider (2005a *apud* Teobaldelli, 2011), os quais fornecem o tamanho da economia informal como proporção do PIB oficial de 145 países durante o período 1999-2003. A variável dependente utilizada na análise empírica do estudo foi uma média de três observações disponíveis para o período indicado, o que permitiu considerar 73 dos países da amostra original. A amostra considerada no estudo foi submetida a uma análise transversal, utilizando diversas medidas de federalismo e descentralização fiscal. (TEOBALDELLI, 2011)

O autor conclui que o modelo teórico indicou que a competição entre os governos locais e a mobilidade dos agentes federais levam os países cuja política fiscal é descentralizada a adotarem políticas fiscais mais eficientes, em termos de tributação e de prestação de serviços públicos, do que aquelas implementadas por Estados unitários. Isso se traduz em uma redução no incentivo de os agentes trabalharem no setor informal e leva à expectativa de que os países federais têm economias informais menores. Esta previsão teórica foi confirmada pela análise transversal – regressões de *cross country* e testes de robustez – aplicados na amostra descrita anteriormente. (*ibid*)

Os fatores que justificam o fato de os agentes atuarem no setor informal são tratados em cinco artigos, dos quais três foram selecionados para serem evidenciados. Por meio de um conjunto integrado de dados que contém informações sobre fatores como carga tributária, excesso de regulação, desenvolvimento do mercado financeiro e qualidade do sistema legal, Dabla-Norris, Gradstein e Inchauste (2008) retomam o exame feito em estudos anteriores sobre os determinantes da dimensão do setor informal, que, no entanto, teve tais fatores com foco separado. Os autores partem de um quadro analítico simples e testam os canais que afetam o grau de informalidade.

Para testar as hipóteses do modelo empregado, foram utilizados nesse estudo os dados da Pesquisa Mundial do Ambiente de Negócios (*World Business Environment Survey - WBES*), que foram compilados pelo Banco Mundial para um grande número de países desenvolvidos e em desenvolvimento. A amostra foi composta por mais de 4.000 empresas,

que possuam no mínimo cinco funcionários e situavam-se em 41 países desenvolvidos e em transição. (DABLA-NORRIS; GRADSTEIN; INCHAUSTE, 2008)

Os autores apontam que a qualidade do quadro jurídico é crucialmente importante para determinar o tamanho do setor informal, enquanto que o significado da carga tributária, da regulação e das restrições financeiras é reduzido no contexto de um sistema legal que funciona bem, de acordo com o modelo apresentado. Além disso, o tamanho da empresa está negativamente correlacionado com a propensão de ir para o setor informal. As restrições financeiras tendem a induzir a informalidade entre as pequenas empresas, mas não entre as grandes empresas, enquanto que os obstáculos legais induzem a informalidade entre as grandes empresas. Esses resultados empíricos são consistentes com o modelo de equilíbrio geral simples desse estudo, no qual a força do sistema legal determina a punição esperada de ser informal. (*ibid*)

O trabalho de Ulyssea (2010) examinou o papel de diferentes instituições no mercado de trabalho e da regulação de entrada no tamanho do setor informal e no desempenho geral do mercado de trabalho em um quadro integrado. O autor, em estudo quantitativo, desenvolveu um modelo de correspondência de dois setores, que incluiu as principais características dos regulamentos de trabalho e entrada dos países em desenvolvimento.

O modelo apresenta uma abordagem integrada – que considera as interações entre as instituições e as decisões dos trabalhadores e das empresas – à oferta e demanda de trabalho em ambos os setores. Traz também uma inovação na sua estrutura de correspondência, pois combina mercados separados e pesquisa não direcionada. Essa inovação torna o modelo coerente com alguns fatos importantes estilizados do setor informal nos países em desenvolvimento, sendo esse modelo parametrizado com a economia brasileira. A análise é focada no equilíbrio de estado estacionário e, por isso, ela diz respeito aos efeitos em longo prazo das instituições. (ULYSSEA, 2010)

Os principais resultados do estudo desenvolvido por Ulyssea (2010), indicam que a redução de custos de entrada no setor formal reduz significativamente o tamanho do setor informal e melhora o desempenho geral do mercado de trabalho. O aumento do controle reduz significativamente a informalidade, mas tem efeitos negativos sobre o desemprego e bem-estar. Assim, os resultados indicam que o equilíbrio entre a redução do emprego informal e maiores taxas de desemprego não está presente quando se olha para as políticas que visam reduzir os custos de ser formal, por oposição às políticas que simplesmente aumentam os custos de ser informal.

Os pesquisadores D'Hernoncourt e Méon (2012) investigam a relação entre confiança e a economia informal, fornecem informações sobre o tipo de operações que dominam a economia informal e contribuem para o entendimento da interação entre o direito e as atividades econômicas. Os dados sobre a economia informal foram extraídos de Schneider (2005a, 2005b, 2007 *apud* D'Hernoncourt; Méon, 2012) e o índice de confiança foi retirado dos dados da pesquisa *World Values Survey*, a qual fornece dados para o período 1999-2004 de 80 países. Aos dados foram aplicados a regressão bivariada simples, o teste F, as regressões multivariadas e o modelo de seleção de métodos.

Os resultados do estudo apontam para evidências robustas de que a confiança está negativamente correlacionada com o tamanho da economia informal, ou seja, os países mais confiantes exibem um setor informal menor. Essa inferência resiste à inclusão de um grande conjunto de variáveis de controle para o nível de desenvolvimento econômico, políticas públicas e da qualidade do sistema institucional e legal. A relação entre confiança e economia informal é mais forte nos países em desenvolvimento. Foram encontradas evidências de que ela é independente da confiança nas instituições governamentais e da desigualdade de renda. Encontrar uma relação negativa entre confiança e o tamanho da economia informal sugere que o principal impacto da primeira sobre a segunda é executado por meio da propensão dos sujeitos evadirem do pagamento de impostos. (D'HERNONCOURT; MÉON, 2012)

Como tentativa de dimensionar o tamanho da economia informal, Ahumada; Alvaredo e Canavese (2008) investigaram se existe algum período de tempo em que tal economia não existe e todo o dinheiro seja direcionado para transações na economia formal. Considerando que o método monetário baseia-se no pressuposto de que o dinheiro em espécie é utilizado para efetuar operações que os agentes querem manter escondidas dos registros oficiais, as transações feitas com dinheiro são difíceis de ser monitoradas, enquanto que aquelas feitas com outros ativos, registrados em instituições financeiras, podem ser facilmente inspecionadas. Se a quantidade de moeda utilizada para fazer transações ocultas pode ser estimada, para obter uma medida do tamanho da economia informal, ela poderia ser multiplicada pela velocidade do rendimento do dinheiro.

Como principais conclusões Ahumada; Alvaredo e Canavese (2008) destacam que se em curto prazo representações da demanda por moeda, que incluem a variável dependente defasada, são usadas para estimar o tamanho da economia informal, a necessidade de assumir um dado já conhecido reaparece como condição inicial. Conseqüentemente, a única maneira de evitar suposições *ad hoc* sobre os valores anteriores de moeda registrada é restringir as

medidas do tamanho da economia informal para aquelas com base nas estimativas da demanda por moeda de longo prazo.

A relação entre corrupção e economia informal foi estudada por Dreher e Schneider (2010) e Dobson e Ramlogan-Dobson (2012). Por meio de uma análise empírica, o impacto da corrupção sobre a economia informal e a influência da economia informal sobre corrupção são investigados por Dreher e Schneider (2010). Para tanto, os pesquisadores empregaram uma seção transversal de 98 países no período 1999-2002, utilizaram um índice de corrupção com base em um modelo estrutural, o qual baseia-se nas causas prováveis e as consequências da corrupção. A fim de obter percepções adicionais sobre a relação entre a corrupção e a economia informal, dividiram a amostra país em países de alta e baixa renda. Os dados sobre a economia informal foram extraídos do estudo de Schneider (2005a, 2005b *apud* Dreher; Schneider, 2010) e para medir a corrupção os autores empregaram um índice fornecido pelo *International Country Risk Guide*.

Os autores descobriram que não existe uma relação estreita entre a corrupção e o tamanho da economia informal quando os índices de corrupção baseados em percepções são usados. Empregando um índice de corrupção com base em um modelo estrutural, no entanto, a corrupção e a economia informal são complementares em países com baixa renda, mas não em países de alta renda. (DREHER; SCHNEIDER, 2010)

O trabalho de Dobson e Ramlogan-Dobson (2012) amplia a análise que relaciona a corrupção e a economia informal, por meio da investigação da relação existente entre a corrupção, a desigualdade de renda e a economia informal. Os autores estabeleceram uma ligação empírica entre estas variáveis em uma grande amostra de países. Os dados sobre desigualdade de renda foram extraídos do banco de dados *United Nations World Income Inequality Database* (WIID). A corrupção foi medida pelos índices *International Country Risk Guide index* (ICRG) e *Corruption Perception index* (CPI). Os dados para o setor informal são de Schneider (2004, 2007 *apud* Dobson; Ramlogan-Dobson, 2012), Buehn e Schneider (2007 *apud* Dobson; Ramlogan-Dobson, 2012) e Schneider; Buehn; Montenegro (2010 *apud* Dobson; Ramlogan-Dobson, 2012). Os dados para outras variáveis explicativas são de *Penn World Tables 7* e do Banco Mundial. Os autores estimaram uma seção transversal de um grande número de países e utilizaram o valor médio de cada variável sobre o período de 2000-2007. A fim de atingir o objetivo traçado, os autores submeteram os dados a procedimentos estatísticos.

Os resultados alcançados estabeleceram que o setor informal impacta o *trade-off* entre a corrupção e a desigualdade, apontam que o impacto marginal da corrupção sobre a

desigualdade de renda indicou ser uma função linear do tamanho do setor informal. Isto sugere que políticas anticorrupção só são suscetíveis de reduzir a desigualdade em países com um grande setor informal. Considerando que a eficácia das políticas de combate à corrupção depende do tamanho do setor informal, tais políticas, reformas institucionais e aplicação de leis, que tenham impacto sobre o setor informal, devem ser acompanhadas por medidas que sejam capazes de absorver os trabalhadores deslocados do setor informal. (DOBSON; RAMLOGAN-DOBSON, 2012)

A heterogeneidade da economia informal é estudada por Williams (2010) e Günther e Launov (2012), sendo que, o intuito de Williams (2010) foi avaliar criticamente o pressuposto recorrente de que um trabalho é formal ou informal, mas nunca os dois simultaneamente. O objetivo do estudo foi questionar se, de fato, este é sempre o caso. O pesquisador fez uso de dados resultantes da pesquisa *Special Eurobarometer* nº 284 desenvolvida pela Divisão de Análise do Emprego da DG Emprego e Assuntos Sociais (*Employment Analysis division of DG Employment & Social Affairs*). Esses dados foram coletados em 2007, em toda a União Europeia, compreendendo 26.659 entrevistas face a face, no entanto, o foco foi especialmente com referência nos dados do sudeste da Europa. Os dados foram submetidos aos métodos estatísticos de probabilidade, aos processos de ponderação nacional, marginal e intercelular.

Os resultados encontrados apontaram que, no sudeste da Europa, muitos empregos formais são fortemente permeados por acordos de assalariados informais, ou seja, muitos empregados formais recebem não apenas um salário declarado de seu empregador formal, mas também um adicional salarial não declarado. O autor indica que apesar de este arranjo de emprego ser distribuído de forma desigual entre os países, grupos de empregados e empresas, não se limitam a pequenos grupos, mas é onipresente em todo o mercado de trabalho do sudeste europeu. (WILLIAMS, 2010)

Já a pesquisa desenvolvida por Günther e Launov (2012) teve o objetivo de detectar a heterogeneidade não observada na composição do setor informal, considerando as opções dos sujeitos em relação a serem empreendedores informais ou formais, empregados assalariados ou informais e de ficarem fora do mercado de trabalho. Para tanto, eles desenvolveram um modelo econométrico capaz de detectar a heterogeneidade não observada e de levar em conta todas estas opções de emprego no mercado de trabalho. O modelo oferece uma abordagem intuitiva para analisar se o emprego no mercado de trabalho do setor informal é voluntário ou uma estratégia de último recurso. O quadro proposto pode ser classificado como uma regressão de mistura finita com a seleção da amostra. O modelo foi aplicado em dados de

pesquisas domiciliares da Costa do Marfim, país subsaariano Africano, no final da década de 1990.

Segundo os autores, os resultados mostraram que o setor informal é composto por dois segmentos com uma equação de salários distinta em cada segmento, ambos têm tamanho considerável, cada um responsável por cerca de metade do emprego informal. Além disso, um segmento do setor informal é superior ao outro em termos de ganhos médios significativamente mais elevados, bem como retornos mais elevados para a educação e experiência. Os autores indicam que a hipótese de uma estrutura dupla do setor informal, com emprego, tanto voluntário e involuntário, melhor descreve os dados empíricos sobre o mercado de trabalho urbano da Costa do Marfim. A partir de uma perspectiva da pobreza, a informalidade é simultaneamente uma causa e uma consequência da mesma. (GÜNTHER; LAUNOV, 2012)

2.2 ESTUDOS NACIONAIS

No rastreamento de artigos publicados em periódicos nacionais considerou-se o mesmo período e classificação da Qualis Capes (2012) dos artigos internacionais e foi realizado nos sites dos periódicos brasileiros. A palavras-chave “economia informal” foi utilizada no sistema de busca dos periódicos. No período de 2007 a 2012 foram localizados apenas 4 artigos sobre a temática “economia informal”. O levantamento foi realizado entre vinte e seis de janeiro de 2013 e dezenove de fevereiro de 2013, como demonstra a Tabela 4, a seguir.

Tabela 4 – Frequência de publicação de artigos científicos nacionais acerca do Comportamento do Consumidor e da Economia Informal (2007 - 2012).

Periódicos	Qualis		Economia informal
	Adm	Econ	
RAC. Revista de Administração Contemporânea	A2	B4	1
Estudos Avançados	A2	B2	1
Organizações & Sociedade	A2	B5	1
Revista Brasileira de Economia	A2	B1	1
Total de artigos			4

Nota: Adm. = Área: Administração, Ciências Contábeis e Turismo; Econ. = Área: Economia.
Fonte: Desenvolvido pela autora com base nos dados da pesquisa.

Os assuntos tratados perpassam pelas ações de gestão empresarial que têm o objetivo de reduzir o impacto do comércio informal nos negócios de uma empresa formal (LAGRECA; HEXSEL, 2007), pelas discussões de esfera mais social que explicitam a problemática das transações ilegais, ilícitas e informais e da linha tênue entre formal e informal (TELLES; HIRATA 2007), pelo mercado de trabalho, seja abordando o posicionamento do trabalhador informal/desempregado dentro da sociedade (PEREIRA; PEREIRA; BRITO 2007) ou ainda, verificando o impacto do crescimento econômico na formalização do mercado de trabalho e no salário formal. (CORSEUIL; FOGUEL, 2012)

Considerando a concorrência desleal dos negócios ilegais transacionados na economia informal, Lagreca e Hexsel (2007) investigaram as medidas defensivas da empresa tabagista Souza Cruz S.A para combater o problema do mercado ilegal de cigarros. Trata-se de um estudo de caso, cujos dados foram obtidos por meio de dados primários e secundários. Os pesquisadores identificaram que no setor de cigarros o comércio ilegal tem como motivação as deficiências na fiscalização por parte dos agentes públicos, que atuam com escassez de recursos ou são corrompidos pelos contrabandistas, bem como, pelo quão atrativo é o contrabando de cigarros: baixo volume físico e elevado valor agregado.

Por meio desse estudo, os autores identificaram que a empresa estudada atua contra o comércio ilegal por meio de um processo estratégico que conta com uma estrutura operacional ativa e visa o aperfeiçoamento da sua performance e a aprendizagem proveniente da experiência de combate à concorrência desleal. Além disto, a empresa desenvolve ações de relacionamento com os ambientes: opinião pública e poder público. Ao atuar nestes ambientes, a empresa tem como objetivo conscientizar a opinião pública sobre o problema, de modo que ela possa ser um agente ativo no combate ao comércio ilegal, exigindo a repressão dessa atividade por parte do governo, o qual é estimulado, desta forma, pelas ações da empresa, que incluem a troca de informações, e pelo público em geral, que exige ações por estar consciente dos danos causados pelo comércio ilegal de cigarros. (LAGRECA; HEXSEL, 2007)

Com uma dimensão descritiva e analítica, o estudo de Telles e Hirata (2007) traz uma discussão sobre as práticas ilegais, informais e ilícitas ao observar um bairro da periferia da cidade de São Paulo. O intuito foi identificar as mediações e conexões por meio das quais ocorre a transição permeável entre o legal e o ilegal, e também, os limites entre o trabalho, o recurso de sobrevivência e a prática ilícita, para averiguar e compreender as ramificações do tráfico de drogas no contexto social analisado. Trata-se de uma investigação etnográfica

experimental, cujos dados foram extraídos de “cenas descritivas” oriundas de situações e configurações sociais.

Lançando olhar sobre as relações e práticas estabelecidas no contexto da periferia paulistana estudada, os autores relatam práticas como as mediações feitas por um líder comunitário, que outrora fora trabalhador formal e, na ocasião exercia a prática criminosa de traficar drogas. Tais, mediações consistiam em ‘administrar a comunidade’ desde o provimento de necessidades básicas até as sociais. (TELLES; HIRATA, 2007)

As observações dos pesquisadores relatam as ligações elétricas clandestinas, as oficinas mecânicas – que empregam mão de obra informal e utilizam peças de origem imprecisa – a distribuição de cestas básicas – doadas por políticos ou por outros sujeitos, cujos recursos para aquisição são de origem imprecisa (por exemplo, lavagem de dinheiro) e as propinas pagas aos policiais e fiscais em troca da “paz” na comunidade. Estas práticas, não necessariamente, estão ligadas diretamente ao tráfico. (TELLES; HIRATA, 2007)

Tais atividades, ao serem constatadas, desvelam para o quão difícil é delinear o formal e o informal, considerando que muitos moradores de comunidades, como a estudada por Telles e Hirata (2007), obtêm renda por meio de trabalho no setor formal e, por motivos diversos, empregam grande parte dessa renda, ou toda ela, na obtenção de bens e serviços oriundos de práticas ilegais, informais ou ilícitas, de modo a alimentarem os “negócios informais” pelas periferias afora.

O ensaio de Pereira; Pereira e Brito (2007) assinala que o aumento da competição em nível internacional e o distanciamento do papel histórico do governo devido à crescente redução de interferência do mesmo na sociedade, gera o trabalho precário e informal, dentre outros fenômenos, que reduzem o exercício da cidadania por parte dos indivíduos. Os sujeitos que atuam na informalidade, além de não exercerem a sua cidadania, são despojados de seus direitos e não cumprem com suas obrigações perante a sociedade.

Tanto para o trabalhador informal, quanto para o desempregado, existe a perda da cidadania, do ponto de vista da sujeição às condições que não correspondem aos direitos de um cidadão. Vale lembrar que tais condições também privam o trabalhador informal/desempregado de seus deveres, haja vista o fato de este não contribuir com os devidos impostos. Essa situação pode acarretar o início de um círculo vicioso no qual o desempregado, ao sujeitar-se aos trabalhos informais, “acomoda-se”, não buscando as melhorias de suas condições de empregabilidade. (PEREIRA; PEREIRA e BRITO, 2007)

O estudo de Corseuil e Foguel (2012) investiga a relação entre a expansão da economia brasileira e o grau de formalização do seu mercado de trabalho, partindo do

pressuposto teórico de que pelo menos na primeira parte do período de expansão da economia, o emprego formal cresce à medida que a taxa de desemprego cai e o hiato salarial entre empregados formais e informais aumenta. Os dados empíricos foram obtidos por meio da Pesquisa Mensal de Emprego (PME/IBGE) sobre o mercado de trabalho metropolitano brasileiro entre os anos de 2003 e 2008 e tratados por meio de técnicas estatísticas. Essa investigação possibilitou aos autores validar o pressuposto teórico que guiou o estudo, ao confirmarem que com o crescimento econômico do país, as empresas do setor formal oferecem salários mais altos e começam a buscar mais trabalhadores, extraindo-os, muitas vezes, do setor informal, aumentando assim, o nível de formalidade do mercado de trabalho.

2.3 ECONOMIA INFORMAL NO BRASIL

Para o Brasil, a economia informal apresenta-se como um dos principais entraves para o crescimento econômico, de forma que o problema, por vezes, é tratado no âmbito social e não, econômico, como deveria ser. Assim, os pontos negativos das atividades econômicas informais são tolerados, pois a mesma proporciona a inserção social e a redução de pobreza (ROCHA, 1989; MCKINSEY & COMPANY, 2004). Inclusive “[...] evidências empíricas sobre o Brasil indicam que essas atividades têm forte importância tanto no preenchimento de diversos e importantes ramos da atividade econômica como na geração de ocupações”. (CACCIAMALI, 1994, p. 230)

A economia informal do Brasil é apontada por Procópio (2007) como um fator que favorece a aproximação das nações da Amazônia Setentrional (Brasil, Guiana, Suriname, Venezuela e Guiana Francesa). Estes países formam uma importante geopolítica cultural, que é influenciada pela economia informal e carece de mais atenção. As relações diplomáticas entre estes países são estabelecidas de forma mais eficiente por meio das atividades informais que envolvem biopirataria, corrupção, tráfico de drogas e armas, extração e comercialização ilegal de madeira.

Ainda sobre a relação do Brasil com outros países, o estudo de Pinheiro-Machado (2008) investigou uma cadeia produtiva completa, desde a fabricação na China, passando pela importação para o Paraguai, até chegar, finalmente, ao comércio popular informal do Brasil com o intuito de discutir as linhas tênues e confusas que parecem tornar impossível a tarefa de determinar as fronteiras entre formal e informal. Essa pesquisa, de cunho etnográfico, foi desenvolvida entre 1999 e 2007, na qual a pesquisadora visitou fábricas e centros de distribuição na província de Guangdong (China), frequentou o comércio de Ciudad del Este

(Paraguai) e examinou os camelôs de Porto Alegre (Brasil). Os apontamentos da autora evidenciam a dificuldade de estabelecer o nível de articulação existente entre informal e formal e o complexo cenário social retratado pela cadeia produtiva estudada, considerando os níveis de precarização do trabalho da fábrica na China aos camelôs brasileiros.

Os fatores responsáveis pela existência da economia informal no Brasil que têm relação direta são: carga tributária, nível de regulação e taxa de desemprego (RIBEIRO; BUGARIN, 2003). Configura-se em um problema de caráter fiscal e nem tanto jurídico, que é agravado pelos baixos investimentos, em especial em infraestrutura, pela exclusão social e pelas altas taxas de contribuição para a seguridade social pagas pelos trabalhadores. No que tange aos investimentos, defende-se que o poder público não investe por possuir limitações orçamentárias e a iniciativa privada contém os investimentos devido às baixas ofertas de crédito, aos altos custos de intermediação e à insegurança em relação aos processos regulatórios. (OCDE, 2005)

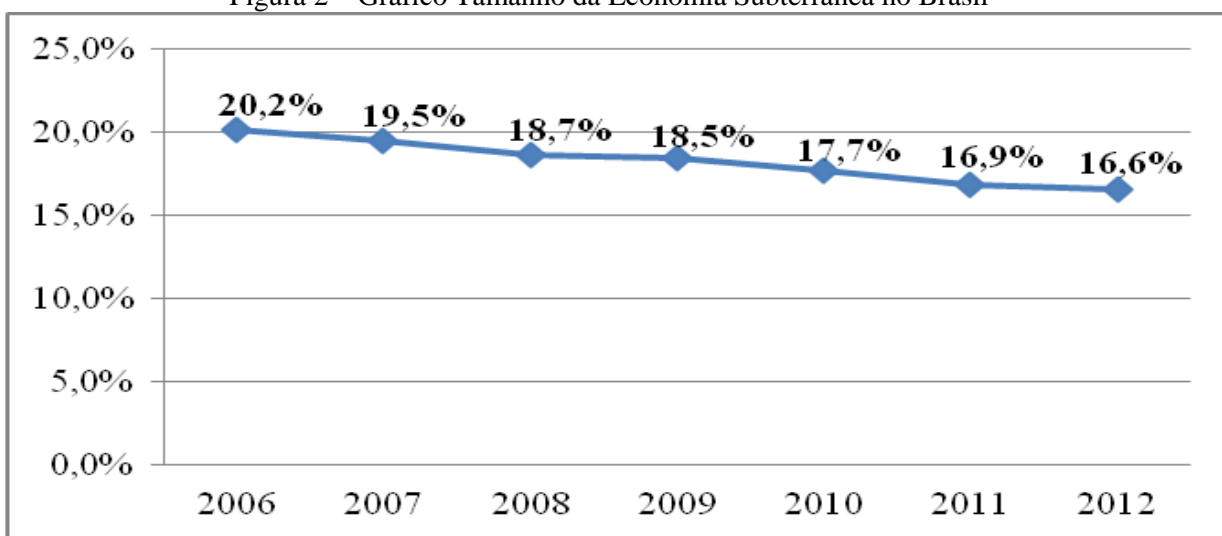
A economia brasileira foi classificada em três níveis de informalidade: alta, média e baixa, considerando a heterogeneidade estrutural no mercado de trabalho com o intuito de compreender a relação entre o formal e informal. O paradigma do trabalho decente desenvolvido pela OIT guiou a definição dos critérios de categorização. Assim, os ramos de atividades nos quais estão inseridas empresas que de alguma forma operam na informalidade foram classificados conforme grau de precariedade da organização produtiva. As empresas com situações precárias foram designadas com alto nível de informalidade, o nível médio foi atribuído para empresas em situação parcialmente precária e as empresas que apresentaram características próximas do setor formal foram enquadradas com baixo nível de informalidade. (FEIJO; NASCIMENTO e SILVA; SOUZA, 2009)

Os dados foram extraídos da Pesquisa de Economia Informal Urbana (Ecinf) de 1997, publicada pelo IBGE em 2003. O tratamento dos dados foi feito por meio do método estatístico descritivo de análise de correspondência. Há muita heterogeneidade no setor informal, em especial no que se refere à operacionalização dos negócios inseridos no setor informal urbano brasileiro. Das empresas com até cinco empregados e trabalhadores por conta própria considerados no estudo, 48% apresentam alto grau de informalidade, 27% estão inseridas no grupo que têm baixa informalidade e 25% exibem média informalidade. Dentre os ramos de atividade que possuem alta informalidade, é possível destacar a fabricação de produtos de madeira e de sabões, detergentes, produtos de limpeza e artigos de perfumaria. No setor de transporte a modalidade rodoviária de cargas, em geral, e atividades auxiliares dos transportes terrestres apresentam-se como muito informais. (*ibid*)

Com grau médio de informalidade, pode-se destacar os ramos que atuam na manutenção e reparação de veículos, no transporte rodoviário não regular de passageiros e aquaviário, atividades imobiliárias e na fabricação de celulose, papel e produtos de papel e reciclagem. Já os ramos de fabricação de máquinas e equipamentos, de produtos têxteis e de produtos alimentícios, como também, o comércio de artigos de vestuário, as atividades de atenção à saúde e os serviços veterinários apresentam baixo nível de informalidade. (*ibid*)

No Brasil, a economia informal cresce em termos nominais, reais e percentuais do PIB (RIBEIRO; BUGARIN, 2003). De forma que, em 2012 o Índice de Economia Subterrânea (IES) publicado pelo Instituto ETCO em parceria com o Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (Ibre/FGV), apontou que como proporção do PIB a economia informal representou 16,6%. Entre 2006 e 2012, o índice de informalidade brasileiro apresentou queda de 3,6 pontos percentuais, passando de 20,2% para 16,6% do PIB do país (figura 2). Para cálculo do IES os pesquisadores, com o apoio de técnicas matemáticas, fazem uso de dois métodos diferentes: monetário e trabalho informal. O IES final é obtido por meio do cálculo da média entre estes dois métodos. (ETCO, 2013b)

Figura 2 – Gráfico Tamanho da Economia Subterrânea no Brasil



Fonte: Adaptado de ETCO (2013b).

A redução de custos para empresas operarem, os investimentos em infraestrutura, as reformas tributária e trabalhista e o desenvolvimento de políticas sociais que possibilitem inserção social aos grupos vulneráveis mostram-se como medidas necessárias para a redução da informalidade no Brasil (OCDE, 2005). No entanto, recomenda-se que as políticas públicas de combate à informalidade considerem o grau de informalidade dos ramos de atividades, de forma que para os ramos com alta informalidade indica-se a adoção de políticas de emprego e renda, como também, a capacitação dos trabalhadores. Os setores com média informalidade

requerem ações que estimulem a consolidação das empresas, tais como políticas de crédito e qualificação profissional. Para os setores com baixa informalidade indica-se que sejam adotadas medidas que melhorem o ambiente de negócios por meio de legislação específica a fim de estimular a formalização. (FEIJO; NASCIMENTO e SILVA; SOUZA, 2009)

3 A REGIÃO DO GRANDE ABC PAULISTA

A Região do Grande ABC Paulista é composta por sete cidades: Santo André, São Bernardo do Campo e São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra, e juntas foram responsáveis, em 2010, por 7% do PIB do estado de São Paulo, em 2011 por 6% dos empregos formais ativos do estado e, em 2012 a região concentrava 6% da população total do estado. Trata-se de uma região com relevância no cenário econômico e social do estado de São Paulo e do Brasil.

Este capítulo aborda alguns pontos históricos do desenvolvimento da região, considerando a trajetória dos seus municípios e em seguida contextualiza os aspectos demográficos e socioeconômicos.

3.1 HISTÓRIA

Os primeiros relatos históricos sobre o território onde atualmente está inserida a Região do Grande ABC Paulista estão estreitamente atrelados à fundação da cidade de São Paulo. A partir do século XVI, as terras onde hoje estão situadas as cidades de São Paulo e do ABC, passaram pelo processo de exploração e ocupação portuguesa.

Por meio dos levantamentos históricos apresentados por Neves (2007), observa-se que a povoação de João Ramalho, chamada Santo André da Borda do Campo, foi nomeada vila em 08 de abril de 1553, cujo advento foi marcado pelo pelourinho instalado no povoado. “A vilinha teria sido um dos primeiros aglomerados humanos com vida organizada, na vastidão do Brasil desconhecido”. (GAIARSA, 1991, p. 13)

Em território vizinho, no ano de 1554, foi instituída a vila São Paulo de Piratininga, hoje cidade de São Paulo. Devido à rivalidade existente entre as duas vilas e incitado pelo padre Manuel da Nóbrega, o então governador-geral Mem de Sá, em 1560, extinguiu a vila Santo André da Borda do Campo por meio da transferência do pelourinho e da população do povoado para São Paulo de Piratininga (NEVES, 2007). “E desta maneira, indo enobrecer outra localidade, acabou o pelourinho de Santo André da Borda do Campo em São Paulo de Piratininga, onde se prolongou e se projetou a vida social, econômica e administrativa da vila desaparecida”. (*ibid*, p. 118-119)

Dois séculos mais tarde, a região voltou aos registros históricos por meio dos sinais de progresso do povo chamado São Bernardo. A evolução e o despertar de povoações na região, que deram origem as sete cidades que hoje compõem a Região do Grande ABC Paulista, podem ser atribuídos aos diversos trajetos construídos para facilitar o acesso de São Paulo ao Porto de Santos, com o intuito de escoar as produções agrícolas, em especial, pela criação da via férrea Santos-Jundiaí. Outro fator importante foi o estabelecimento da hidroelétrica da Light & Power em Cubatão. (GAIARSA, 1991)

Com o intuito de atender as reivindicações do povoado São Bernardo, em 1735 foi construído um ramal do novo Caminho do Mar, que de Santo Amaro ligava São Bernardo aos povos vizinhos. Neste mesmo ano, próximo ao córrego dos meninos e às margens da estrada “Caminho do Mar”, foi construída a capela Nossa Senhora da Boa Viagem, a qual recebeu este nome, pois “os viajantes, em grande número, visitavam a capela, invocando a proteção da padroeira de São Bernardo [...]”. (*ibid*, 1991, p. 26)

No decorrer dos anos, a estrada Caminho do Mar e as demais trilhas de acesso da Serra do Mar ao planalto foram sendo degradadas pelas chuvas e pelas tropas que nelas transitavam. Assim, em 1788 iniciou-se a construção de uma nova estrada, a qual em todo trajeto foi calçada com pedras e operou de forma satisfatória por cerca de cento e vinte anos. Com o passar do tempo, essa estrada foi desativada devido aos bloqueios causados pela invasão da vegetação. (*ibid*)

Em 1860, iniciou-se a construção do ramal ferroviário chamado inicialmente de São Paulo Railway (SPR), cujo projeto foi idealizado por Irineu Evangelista de Sousa (Barão de Mauá), o qual buscou recursos junto à iniciativa privada para a execução. A obra foi custeada por ingleses, os quais obtiveram a concessão da SPR por noventa anos. O primeiro trecho da estrada foi inaugurado em 1867, com duplicação das linhas em 1900. (*ibid*)

As obras da SPR movimentaram a Região do Grande ABC Paulista, pois para a construção dos trilhos as matas da região foram derrubadas e ao longo da SPR, que ligaria São Paulo a Jundiaí, foram erguidas estações, as quais significaram o desenvolvimento dos povoados que originaram as atuais cidades de Rio Grande da Serra, Ribeirão Pires, Mauá, Santo André e São Caetano.

Com o tempo e bem depressa, as previsões feitas pelo Barão de Mauá foram confirmadas. Os núcleos populacionais próximos às estações, progrediram e, ao mesmo tempo, a própria estrada lucrava com o desenvolvimento de cada uma delas, semeadas ao longo do seu percurso. (*ibid*, p. 31)

Concomitante à construção da SPR, foi construída a estrada Vergueiro. Inaugurada em 1863, foi muito custosa e recebeu críticas por conta da concorrência feita pela SPR. Com baixo tráfego durante anos, em 1931 foi revitalizada e teve alterações em alguns trechos (GAIARSA, 1991). Em 1946, a concessão da São Paulo Railway aos ingleses foi extinta pelo presidente Erico Gaspar Dutra e a ferrovia passou ao controle da União sob o nome de Estrada de Ferro Santos a Jundiaí. (BUZELIN; COELHO; SETTI, 2002)

Em 1947 foi entregue ao tráfego a pista ascendente da via Anchieta (SP 150), uma das primeiras e principais rodovias do Brasil, responsável pela ligação da Região Metropolitana de São Paulo à Baixada Santista. A duplicação e o trecho da Baixada, entre as cidades de Cubatão e Santos, foram inaugurados em 1953 (DER, s/d). Em 1957, a SPR transformou-se em unidade operacional da Rede Ferroviária Federal S.A (BUZELIN; COELHO; SETTI, 2002). Na década de 1960, a via Anchieta apresentava sinais de esgotamento na sua capacidade de vazão, o que suscitou a construção da rodovia dos Imigrantes (SP 160), cujas obras foram iniciadas em 1972 (GAIARSA, 1991). Os trabalhos foram desenvolvidos em duas etapas, sendo a primeira, o trecho do planalto e a interligação com a via Anchieta, inaugurado em 1974. O trecho da serra, a pista ascendente, foi entregue em 1976 (DER, s/d). A pista descendente da Rodovia dos Imigrantes foi entregue ao tráfego em 2002.

Conforme indicado anteriormente, a hidroelétrica da Light & Power também foi fomentadora da Região do Grande ABC Paulista. Desde meados de 1907, a região começou a substituir a luz de lampiões a querosene pela luz elétrica fornecida por meio de contrato assinado com a Light para abastecimento de energia. Por volta de 1925, a Usina do Cubatão, denominada também de Henry Borden, já fornecia energia elétrica produzida pela força das águas do ABC. O projeto para represamento das águas da região foi esquematizado pelo americano Asa White Kenney Billings. (GAIARSA, 1991)

No entanto, em 1974, a represa Billings, que recebeu o nome do seu idealizador, passou a ter como prioridade o abastecimento de água para a população da região, sendo a geração de energia transferida para um segundo plano. Em 1979, a Light & Power passou a ser administrada pela União, o acervo foi desapropriado tempos depois e cedido para a Eletropaulo. (*ibid*)

Após extinção da vila Santo André da Borda do Campo, a região voltou aos relatos históricos devido à expansão populacional do povoado chamado São Bernardo, cuja população em 1776 era de 997 habitantes. Em 26 anos aumentou em torno de 43%, passando em 1802 para 1.423 habitantes (*ibid*). Em 1812, o povoado de São Bernardo foi elevado à categoria de freguesia do município de São Paulo. (IGC, 1995)

[...] e em 1910 a aldeia de Santo André – que fora buscar o seu nome à desaparecida Vila de Santo André da Borda do Campo, por se considerar localizada no mesmo sítio desta Vila – foi elevada a sede de um distrito do município de São Bernardo do Campo (São Paulo); e em 1938 esta sede municipal passa para Santo André, pelo que, invertidas as situações, fica São Bernardo simples distrito. Em 1944 São Bernardo é elevado a município, mantendo Santo André, cidade desde 1938, a sua categoria administrativa. (NEVES, 2007, p. 114)

A divisão administrativa da Região do Grande ABC Paulista foi feita por meio da subdivisão das terras de São Bernardo do Campo e Santo André. A primeira teve a sua expansão às margens das estradas e da capela, enquanto a segunda consolidou-se às margens da ferrovia. Os povoados responsáveis pelo desenvolvimento e expansão da região eram formados por nativos e imigrantes (internos e externos). Os imigrantes externos eram de diversas nacionalidades, com predomínio de colonos italianos. (GAIARSA, 1991)

Sobre São Caetano apura-se que, em 1874, já existiam relatórios detalhados sobre a Fazenda de São Caetano, propriedade da Ordem de São Bento. Tais relatórios apontam a construção da capela entre os anos de 1717 e 1720, e também, a existência de casas de moradia. Em 1877, a região recebeu imigrantes italianos, camponeses provenientes de uma região pobre da Itália, os quais fundaram o núcleo colonial de São Caetano próximo à SPR. Em 1883, a SPR inaugurou a estação de São Caetano (MARTINS, 2002). Em 1916, São Caetano passou a ser distrito do município de São Bernardo do Campo, mas em 1938 foi reconduzido à categoria de povoado e incorporado ao município de Santo André. Finalmente, em 1948, São Caetano teve seu território desmembrado de Santo André e passou a ser município sob a denominação de São Caetano do Sul. (IGC, 1995)

Por volta de 1800, o povoado de Cassaguera se estabeleceu no entorno da capela de Nossa Senhora do Pilar. O Barão de Mauá comprou uma fazenda nessa região para acompanhar as obras de construção da SPF (PEREIRA, 2013). A estação Pilar foi inaugurada em 1883 e, no seu entorno, o povoado se desenvolveu. Contudo, foi apenas em 1934 que o mesmo tornou-se distrito de São Bernardo sob o nome de Mauá. Em 1938, o distrito foi transferido para Santo André e, em 1953, tornou-se município. (IGC, 1995)

No povoado Caaguaçu em 1867 e 1885, foram inauguradas respectivamente as estações de trem Rio Grande e Ribeirão Pires da SPF. Em 1896, o povoado tornou-se distrito no município de São Bernardo, o qual também em 1938 foi transferido para o município de Santo André. Ribeirão Pires conquistou a emancipação em 1953 e neste mesmo ano o povoado de Rio Grande foi elevado a distrito sob a denominação de Icatuaçu no município de

Ribeirão Pires. Já a cidade de Diadema teve origem no antigo povoado de Vila Conceição, o qual, em 1948, tornou-se distrito no município de São Bernardo do Campo, com a denominação de Diadema. Em 1959, esse distrito conseguiu emancipar-se. Já o distrito Rio Grande conseguiu autonomia e tornou-se município com o nome de Rio Grande da Serra. (IGC, 1995)

A emancipação de Rio Grande da Serra encerra a desintegração de São Bernardo e Santo André, surgindo assim, os sete municípios, conforme mencionados no início deste capítulo e que atualmente compõem a Região do Grande ABC Paulista: Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra – ABCDMRR.

Os fatos históricos remontam uma trajetória de progresso dividida em duas etapas: a primeira com duração de apenas sete anos, teve como figura principal o português João Ramalho com a fundação da Vila Santo André da Borda do Campo. A segunda etapa pode ser desmembrada em três momentos: o desenvolvimento das estradas e vias rodoviárias, bem como, a evolução do transporte rodoviário, iniciado em meados da década de 1940 e conservando-se até a atualidade; com duração de 1887 e até o século de XX, a construção da ferrovia SFP e a ascensão do transporte ferroviário; e o represamento da Billings em 1925, o qual creditou à região, durante 50 anos, a geração de energia por meio da usina hidrelétrica *Henry Borden*, fato que se tornou função secundária da represa, pois atualmente ela é responsável pelo fornecimento de água potável para algumas cidades da região.

3.2 DADOS DEMOGRÁFICOS E SOCIOECONÔMICOS

O Estado de São Paulo é composto por 645 municípios e divididos em 15 regiões administrativas. Destas, três são consideradas regiões metropolitanas: Baixada Santista, Campinas e São Paulo. A Região do Grande ABC Paulista faz parte da Região Metropolitana de São Paulo (SEADE, 2013a), está a 30 km da capital do Estado, em média, e ocupa uma área de 829 km² (IBGE, 2010), sendo que destes, 466 km² encontram-se situados em áreas de mananciais. Dessa forma, as cidades de Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra possuem 100% da sua extensão em áreas de mananciais, mais da metade do território de Santo André e São Bernardo do Campo ocupa regiões de mananciais, Diadema tem 22% e Mauá 19% de área territorial em manancial e apenas a cidade de São Caetano do Sul não possui território nestas áreas. (ETMC, s/d)

A população total da Região do Grande ABC Paulista em 2012 era de 2.580.281 pessoas. Com densidade demográfica de 3114 habitantes por km², a região exibe desproporção na distribuição de habitantes entre as cidades que a compõem. Nesse mesmo ano, observa-se que Diadema apresentou a maior densidade demográfica do ABC, com 12.661 pessoas por km², tratando-se também da cidade com maior densidade do estado de São Paulo. Na sequência, São Caetano, com 9.768 habitantes por km², ocupou o 5º lugar no *ranking* de cidades do estado com alta densidade demográfica, seguida por Mauá, a qual registrou 6.882 ocupantes por km² e a 7ª colocação no *ranking* estadual. Com a menor densidade demográfica da Região do Grande ABC Paulista, Ribeirão Pires registrou 1.153 habitantes por km². (SEADE, 2013a)

A tabela 5, a seguir, apresenta o crescimento populacional da Região ao longo das últimas quatro décadas e em 2012.

Tabela 5 – População da Região do Grande ABC Paulista 1980-2012

Cidade	1980	1990	2000	2010	2012
Diadema	227.616	296.276	356.535	385.838	389.963
Mauá	204.582	284.002	362.676	416.585	425.776
Ribeirão Pires	56.171	81.541	104.305	112.994	114.327
Rio Grande da Serra	19.969	28.659	37.015	43.912	45.103
Santo André	552.069	609.029	649.000	676.177	679.933
São Bernardo do Campo	423.677	550.164	701.756	764.922	775.428
São Caetano do Sul	163.268	150.818	140.241	149.185	149.751
<i>Total</i>	1.647.352	2.000.489	2.351.528	2.549.613	2.580.281

Fonte: SEADE (2013a).

Em termos de crescimento populacional, verificou-se que nos últimos 42 anos a população da região aumentou 57%. Três cidades apresentaram taxas superiores a 100%: Rio Grande da Serra (126%), Mauá (108%) e Ribeirão Pires (103%). No extremo oposto, encontra-se a cidade de São Caetano do Sul, com decréscimo populacional (- 8% no período). E, com um índice de 23%, Santo André apresentou o menor nível de crescimento dentre as cidades da região, sendo que as demais exibiram taxas de crescimento superiores a 70% no período.

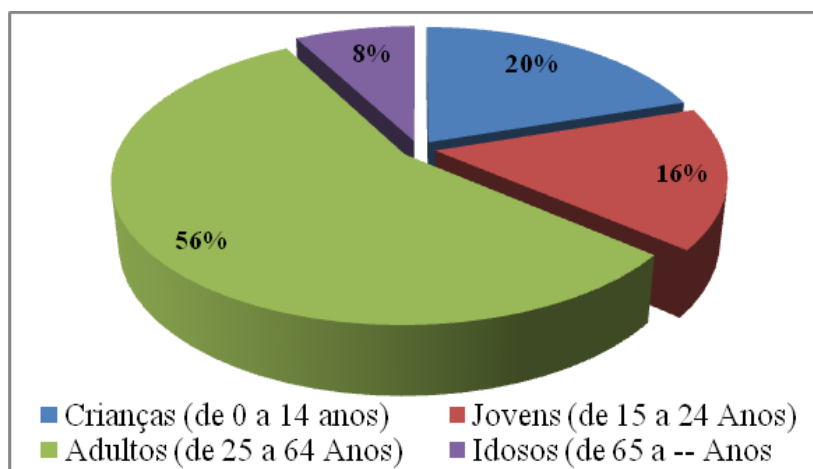
A população da Região do Grande ABC Paulista caracteriza-se como urbana, considerando que, conforme informações referentes ao ano de 2010, a mesma representou 99,50% do total da região. A única cidade que apresentou população rural foi São Bernardo

do Campo, onde na década de 1980, a população rural representava 9,64% do seu índice populacional. Após exatos 40 anos, essa cidade apresentou crescimento populacional de 81%, no entanto, no mesmo período, a população rural foi reduzida em 69%, de forma que em 2010 essa população representava 1,67% do índice populacional de São Bernardo do Campo. (SEADE, 2013a)

A análise da composição da população da região, por gênero, revelou maior presença de mulheres. Em 2012, elas constituíam 52%, sendo que há 42 anos elas representavam 49% da população do ABC. Constatou-se que a população feminina ao longo das últimas quatro décadas cresceu 64% e a masculina 50%. Nesse mesmo ano, em São Caetano do Sul, a população feminina compunha 53%, sendo este o maior índice entre as cidades da região, que também apresentaram taxas maiores que 50%. (SEADE, 2013a)

No conjunto, a Região do Grande ABC Paulista apresenta na sua estrutura etária a predominância de grupos entre 24 e 64 anos, com menor peso relativo de todos os demais, conforme apresentado na figura 3, a seguir.

Figura 3 – Gráfico da População da Região do Grande ABC Paulista por faixa etária em 2012



Fonte: Elaborado pela autora com base em dados do SEADE (2013a)

A predominância de adultos é conferida no índice populacional de todas as cidades, no entanto, a cidade de São Caetano do Sul registrou o maior índice, pois eles representam 58% da sua população e, no comparativo com as demais cidades, essa cidade também apresentou o maior índice de idosos (14% em 2012). Já os municípios de Diadema e Rio Grande da Serra apresentam o menor índice de idosos (5% em 2012). Ainda considerando as demais cidades, Mauá e Rio Grande da Serra apresentaram os maiores índices de jovens (18% em 2012).

Quando se trata de educação, de maneira geral, em 2010 as cidades da Região do Grande ABC Paulista apresentaram índices melhores dos que foram computados para o estado de São Paulo e para a Região Metropolitana de São Paulo como um todo. Apenas a cidade de Diadema apresentou baixo índice de população de 18 a 24 anos com Ensino Médio completo (58,55%) comparado ao estado (58,68%), à Região Metropolitana (58,58%) e às demais cidades do Grande ABC, as quais exibiram índices superiores a 61%. A cidade de São Caetano do Sul mostrou o melhor índice (76,4%), seguida por Santo André (70,05%) e Ribeirão Pires (67,5%).

No que se refere à taxa de analfabetismo da população acima de 15 anos duas cidades apresentam altos índices: Rio Grande da Serra (5,41%) e Diadema (4,36%), confrontando também com o estado (4,33%), com a Região Metropolitana (3,60%) e com as demais cinco cidades. Mauá exibiu índice de 3,94%, superior aos números da Região Metropolitana e das outras quatro cidades do Grande ABC, as quais apresentaram índices abaixo de 3,47%. Obtendo o melhor índice (1,55%), novamente a cidade de São Caetano do Sul se destaca (SEADE, 2013a). A tabela 6, a seguir, apresenta esses índices.

Tabela 6 – Taxa de Analfabetismo e Jovens com Ensino Médio Completo – 2010

Cidade	Taxa de Analfabetismo*	Jovens com Ensino Médio Completo**
Diadema	4,36%	58,55%
Mauá	3,94%	62,41%
Ribeirão Pires	3,47%	67,50%
Rio Grande da Serra	5,41%	61,23%
Santo André	2,78%	70,05%
São Bernardo do Campo	3,04%	63,00%
São Caetano do Sul	1,55%	76,40%

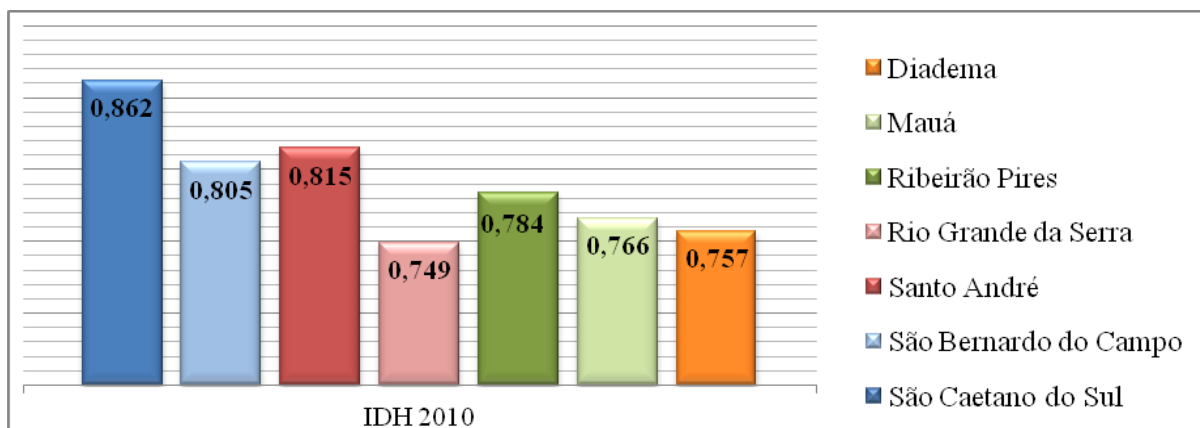
(*) Taxa de Analfabetismo da População de 15 Anos e Mais em 2010.

(**) População de 18 a 24 Anos com Ensino Médio Completo em 2010.

Fonte: SEADE (2013a)

As cidades que compõem o Grande ABC apresentam boas colocações no *ranking* nacional do Índice de Desenvolvimento Humano – IDH – o qual é calculado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD. Com base nos dados do censo de 2010 desenvolvido pelo IBGE, o PNUD apresentou em 2013 o IDH de todos os municípios brasileiros (PNUD, 2013). A figura 4 apresenta, na sequência, o índice obtido por cada uma das sete cidades do Grande ABC.

Figura 4 – Gráfico IDH 2010 Grande ABC Paulista



Fonte: Elaborado pela autora com base em dados do PNUD (2013)

São Caetano do Sul, Santo André, São Bernardo do Campo e Ribeirão Pires apresentaram desenvolvimento humano considerado alto, pois apresentam IDH superior a 0,800 e as demais cidades, médio desenvolvimento humano (o número mais alto de IDH é 1,0). O IDH de São Caetano do Sul mostrou-se o maior entre todos os municípios brasileiros, de forma que a cidade obteve a primeira colocação no *ranking* nacional. Dentre as setes cidades, Rio Grande da Serra apresentou a pior classificação, 562^a posição no *ranking* nacional.

No comparativo com o índice de 2000, publicado em 2003 pelo PNUD, houve decréscimo no IDH dos municípios brasileiros. Considerando as cidades do Grande ABC, observa-se que as cidades que tiveram maior redução, entre 2000 e 2010, no IDH foram São Caetano do Sul (-6,20%), Diadema (-4,18%) e São Bernardo do Campo (-3,48%). As demais cidades também apresentaram índices negativos, sendo que a cidade de Mauá apresentou o menor percentual de diminuição (-1,92%).

Com o intuito de seguir o paradigma que sustenta o IDH, a Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados – SEADE – e a Assembleia Legislativa do estado de São Paulo (Alesp) construíram para o Estado de São Paulo o Índice Paulista de Responsabilidade Social (IRPS), o qual distingue os municípios paulistas no que diz respeito ao desenvolvimento humano. O IRPS é composto por três indicadores sintéticos setoriais: renda, longevidade e escolaridade, expressos em escala de 0 a 100, e uma tipologia dos municípios, que é formada por cinco grupos, os quais resumem a situação de cada cidade segundo os três referidos indicadores (DADOS, s/d). O quadro 4 apresenta, a seguir, a tipologia dos municípios da Região do Grande ABC Paulista de 2010.

Quadro 4 – Grupos do IPRS - 2010

Cidade	Grupos do IPRS
Ribeirão Pires Santo André São Bernardo do Campo São Caetano do Sul	Grupo 1 - Municípios com nível elevado de riqueza e bons níveis nos indicadores sociais
Diadema Mauá	Grupo 2 - Municípios que, embora com níveis de riqueza elevados, não exibem bons indicadores sociais
Rio Grande da Serra	Grupo 5 - Municípios mais desfavorecidos, tanto em riqueza quanto nos indicadores sociais

Fonte: SEADE (2013a)

Apesar de a região ter quatro dos seus municípios enquadrados no grupo 1, o qual representa alto desenvolvimento humano, as condições de vida existentes nas cidades de Diadema, Mauá e, em especial, Rio Grande da Serra, sinalizam níveis e padrões de desenvolvimento diferentes e inferiores das demais cidades da região, o que traz um alerta ao poder público no se refere à necessidade de elaborar políticas públicas específicas para essas cidades a fim de propiciar um desenvolvimento regional mais equilibrado.

Em âmbito regional, os três melhores resultados em termos de riqueza correspondem a São Caetano do Sul e São Bernardo do Campo com índice de 52 pontos cada e Diadema com 47. No indicador de longevidade sobressaem São Caetano do Sul (78), São Bernardo do Campo (72) e Santo André (70) e, em escolaridade, São Caetano do Sul apresentou índice de 69 pontos, Ribeirão Pires com 55 e São Bernardo do Campo com indicador em 54 pontos. (SEADE, 2013a)

Com base em dados dos Ministérios do Trabalho e Emprego, da Educação e da Saúde, o Sistema FIRJAN calcula anualmente o Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal – IFDM – para todos os municípios brasileiros. De acordo com a edição do IFDM 2012, baseada em dados de 2010, seis cidades do Grande ABC Paulista apresentam alto desenvolvimento, pois alcançaram pontos superiores a 0,8. São Caetano do Sul foi a cidade com índice mais elevado (0,9072) e, Rio Grande da Serra foi a única da região a apresentar desenvolvimento moderado, com índice de 0,7151. Ao analisar os indicadores individuais do IFDM (educação, saúde e emprego/renda) observa-se que o único que apresentou valores inferiores a 0,8 pontos foi emprego/renda. Neste indicador, destaca-se a cidade de Santo

André com o melhor índice (0,8649) e com os piores as cidades de Rio Grande da Serra (0,4508), Ribeirão Pires (0,6273) e São Bernardo do Campo (0,7568). O IFDM varia de 1 a 0. (SISTEMA FIRJAN, 2012)

O PIB da Região do Grande ABC Paulista em 2010 foi de R\$ 84.829.202, o qual compôs 7% do PIB Estadual e 12% do PIB da Região Metropolitana de São Paulo. Entre as 20 cidades com maior representatividade econômica do estado, o ABC tem quatro das sete cidades: São Bernardo do Campo, Santo André, Diadema e São Caetano do Sul que ocuparam respectivamente as seguintes posições 6^a, 11^a, 14^a e 15^a (IBGE, 2010). O município de São Bernardo do Campo apresenta o segundo maior valor adicionado no setor industrial (mais de 12,9 milhões de reais), atrás apenas, da capital do estado. O setor de serviços foi responsável por 47,56% da geração de riqueza da Região do Grande ABC Paulista e 34% do PIB das sete cidades foi gerado pela indústria. (SEADE, 2013b)

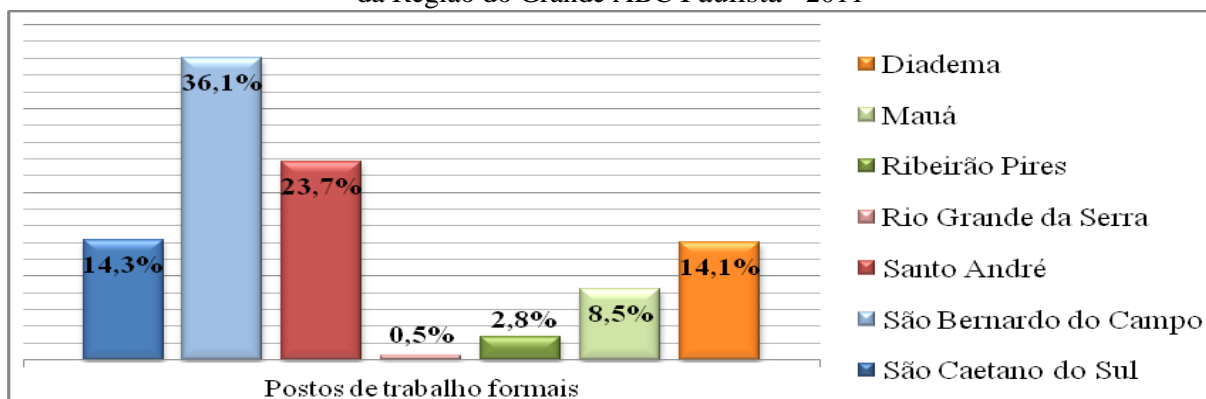
Responsável por 41,94% do PIB da região, São Bernardo do Campo foi a cidade que mais contribuiu para com o valor total, seguida por Santo André (20,34%) e Diadema (13,27%). Com apenas 0,57% a cidade de Rio Grande da Serra apresentou menor índice na soma de todos os bens e serviços finais produzidos na região (IBGE, 2010). O PIB dos municípios, quando comparados entre si, revela o quão díspare é a economia da região, considerando que mais de 75% da riqueza de toda a região é produzida apenas pelas três cidades: São Bernardo do Campo, Santo André e Diadema.

Em relação ao emprego formal, a Região do Grande ABC Paulista encerrou o ano de 2011 com 809.970 postos de trabalho com vínculos empregatícios ativos. Nem todos esses postos eram ocupados exclusivamente por trabalhadores residentes na região, uma vez que muitos indivíduos saem de outras cidades para trabalhar no ABC, assim como muitos moradores da região trabalham em outras cidades. Entretanto, caso esses postos de trabalho fossem ocupados apenas pela população da região (de 15 a 64 anos) apenas 43,81% destes trabalhadores estariam empregados no setor formal. Cabe destacar que o estado de São Paulo fechou esse mesmo ano com apenas 45,51% da sua população (de 15 a 64 anos) empregada no setor formal. (SEADE, 2013c)

Considerando os postos de trabalho formais ativos da Região Metropolitana de São Paulo, em 2011 a Região do Grande ABC Paulista foi responsável por 10,97% deles e por 6% dos empregos formais ativos do estado de São Paulo. No Grande ABC as cidades de São Bernardo do Campo e Santo André continham em 2011 mais de 59% dos postos de trabalho formais ativos da região. A cidade de Rio Grande da Serra foi responsável por apenas 0,50% de tais postos, conforme demonstra a figura 5, a seguir. Novamente destacam-se as diferenças

entre os municípios da região, considerando que enquanto apenas duas cidades registraram juntas mais da metade dos empregos formais, uma cidade não oferecia nem 1% dos mesmos.

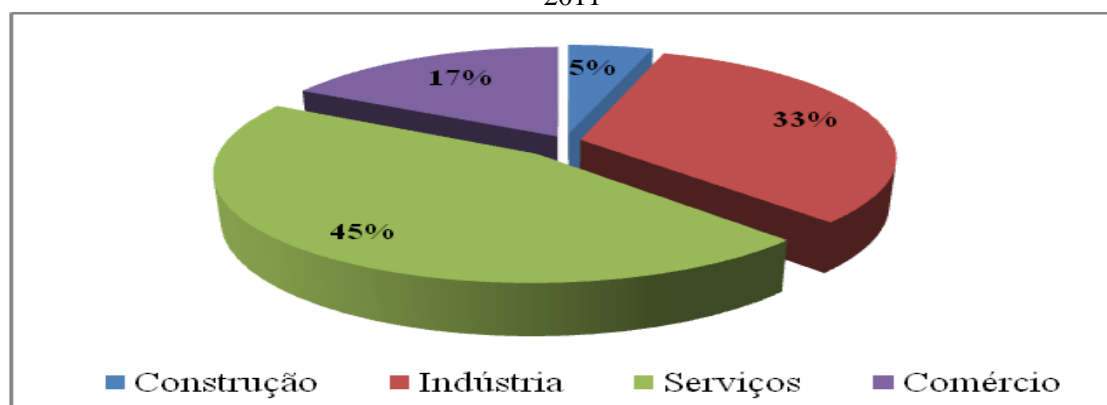
Figura 5 – Gráfico de participação dos empregos formais dos municípios no total de empregos formais da Região do Grande ABC Paulista - 2011



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do SEADE (2013c).

A distribuição dos postos de trabalho com vínculos empregatícios ativos em 2011 nos setores da economia indica que na região a maior parte dos trabalhos estava concentrada na área de serviços, seguida pela indústria, conforme figura 6, a seguir. Nas cidades de Diadema e Mauá houve a predominância de postos de trabalho formais na indústria. Em 2011, essas cidades apresentavam, respectivamente, 53% e 44% de trabalhos concentrados nesse setor. Já a área de serviços, no mesmo ano, foi predominante nas cidades de Santo André, São Caetano do Sul e São Bernardo do Campo, os empregos formais ativos corresponderam há respectivamente 57%, 52% e 46% do total registrado para cada uma destas cidades. Vale mencionar que a análise da distribuição de postos de trabalho formais ativos da região, por gênero, revelou maior presença de homens, os quais em 2011, ocupavam 62% de tais postos. (SEADE, 2013c)

Figura 6 – Gráfico Participação Setorial no Total de Empregos Formais do Grande ABC Paulista - 2011



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados do SEADE (2013c).

No que se refere ao rendimento médio do total de empregos formais, a Região do Grande ABC Paulista apresenta valor inferior ao conferido ao estado de São Paulo e à região Metropolitana. Em dezembro de 2011, o rendimento da Região do Grande ABC Paulista era em média de R\$ 2.045, no estado de São Paulo girava em torno de R\$ 2.170 e na Região Metropolitana o salário médio era de R\$ 2.458. No mesmo período, o rendimento médio dos empregos formais da indústria, na Região do Grande ABC Paulista, apresentou-se como o mais alto em torno de R\$ 2.905, sendo que o setor que apresentou menor salário foi o do comércio com salário de em média R\$ 1.439. (SEADE, 2013c)

Das cidades da região a que apresentou melhor remuneração média, nesse período, foi São Bernardo do Campo com provento médio de R\$ 2.747 e o menor salário médio mensal foi registrado em Rio Grande da Serra, em torno de R\$ 1.565. Ao analisar a remuneração setorial de cada cidade observa-se que São Bernardo do Campo apresentou os melhores salários da região nos setores indústria (R\$ 4.237) e serviços (R\$ 2.077) e os melhores nos setores construção (R\$ 2.008) e comércio (R\$ 1.890) foram registrados em São Caetano do Sul. (SEADE, 2013c)

No mês de maio de 2013 a taxa de desemprego total na Região do Grande ABC Paulista foi de 10,6%, conforme estimativas, 149 mil pessoas da região estavam desempregadas. No período de um ano, a taxa de desemprego total na região diminuiu 0,40%, considerando que no mês de maio de 2012 a taxa de desemprego total foi de 11%. Nesse mesmo período verificou-se, examinando os principais setores de atividade econômica, que o nível de ocupação elevou-se 7,2% no comércio e 8,6% em serviços. Esses setores foram responsáveis no período pela criação de, respectivamente, 15 e 53 mil postos de trabalho. Já a indústria apresentou decréscimo, sendo que este setor teve -11,6% no nível de ocupação, o que representou a supressão de 39 mil postos de trabalho. (SEADE, 2013c)

Outro fator relevante é a questão do emprego “informal”, o qual é caracterizado pelo vínculo empregatício sem carteira assinada, o que pressupõe a precarização das condições de trabalho e a sonegação de impostos e, por consequência, de direitos dos trabalhadores. Estima-se que, em maio de 2013, mais de 10% dos assalariados do setor privado, da Região do Grande ABC Paulista, trabalhavam sem carteira assinada, ou seja, cerca de 95 mil pessoas atuavam nessas condições. Em um ano, houve redução de 16,7% no número de trabalhadores sem carteira assinada, considerando que em maio de 2012, a região tinha 114 mil pessoas nessa situação. Nesse mesmo período, o número de profissionais assalariados do setor privado com carteira assinada cresceu 4,6% e o total geral de assalariados cresceu 2%. (SEADE, 2013c)

4 METODOLOGIA

Neste capítulo são descritos os métodos científicos empregados na pesquisa, de forma a evidenciar os procedimentos adotados para a coleta de dados, a delimitação do perfil dos participantes, e os passos dados na direção da produção de resultados empíricos para os objetivos estabelecidos nesta investigação. Por fim, são apresentados os aspectos éticos da pesquisa.

Nesta pesquisa foi utilizada a abordagem qualitativa, que possibilita a descoberta e o aprofundamento dos fenômenos relacionados aos significados das ações e das relações humanas (MINAYO, 1994). “A abordagem qualitativa parte do fundamento de que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, uma interdependência viva entre o sujeito e o objeto, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito”. (CHIZZOTTI, 2005, p. 79)

A pesquisa qualitativa consiste em um conjunto de práticas interpretativas de materiais que tornam o mundo visível, envolve uma abordagem interpretativa naturalista do mundo. Isso significa que os pesquisadores qualitativos estudam as coisas em seus ambientes naturais, tentando dar sentido ou interpretar fenômenos em termos do significado que as pessoas trazem para eles. Envolve o uso de estudos e coleta de uma variedade de materiais empíricos que descrevem momentos problemáticos, rotineiros e significativos da vida dos indivíduos (DENZIN; LINCOLN, 2011). Quando feita de forma rigorosa, clara e concisa, a pesquisa qualitativa é uma ferramenta poderosa para os pesquisadores de gestão, oferecendo vantagens além do que as tradicionais pesquisas de opinião podem proporcionar. (SHAH; CORLEY, 2006)

Além de qualitativo, este estudo teve caráter exploratório. Trata-se de uma pesquisa inicial, que analisa os dados e explora a viabilidade de obtenção de possíveis relações entre as diferentes variáveis sem conhecer as suas aplicações finais. Isto significa que o estudo, de maneira geral, foi conduzido a partir do referencial teórico obtido, mas, no entanto, sem se ter qualquer pressuposto para o resultado final. Este tipo de investigação fornece uma base para conclusões gerais. Pesquisadores podem explorar a possibilidade de utilizar tais conclusões no futuro, pois este tipo de pesquisa auxilia no estabelecimento de uma base para a formulação de diferentes hipóteses para o problema de pesquisa. (PANNEERSELVAM, 2004)

Para Vergara (2006) essa metodologia de pesquisa “[...] é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado. Por sua natureza de sondagem, não comporta hipóteses que, todavia poderão surgir durante ou ao final da pesquisa” (p. 47). A

investigação exploratória deve ser utilizada quando as informações sobre o fenômeno estudado são escassas, pois trata-se de uma pesquisa dirigida para a descoberta, não objetiva o teste de hipóteses e pode ser desenvolvida por meio de revisão de literatura e entrevista exploratória (HAIR *et al.*, 2005). A seguir são descritos os procedimentos para a coleta de dados, os quais estão alinhados com as formas sugeridas por Hair *et al.* (2005) para pesquisas de caráter exploratório.

4.1 COLETA DE DADOS

4.1.1 Dados Primários

Para coleta dos dados primários, fez-se uso de entrevistas semiestruturadas em profundidade. A coleta de dados por meio de entrevistas parte do pressuposto de que é possível investigar elementos de um contexto social, pedindo que as pessoas falem sobre algum tema, e reunir ou construir conhecimento por ouvir e interpretar o que elas dizem e como dizem. (MASON, 2002)

As entrevistas semiestruturadas têm atraído o interesse dos pesquisadores e sido amplamente utilizadas. Tal interesse está ligado à expectativa de que o sujeito entrevistado fica mais suscetível a expressar o seu ponto de vista em uma situação de entrevista concebida abertamente do que em uma entrevista padronizada ou um questionário. (FLICK, 2009)

O nível de profundidade e complexidade das informações, necessárias para atender os objetivos da pesquisa, determina o modo como as questões serão previamente elaboradas. Assim, um maior grau de profundidade e complexidade, como é o caso desta pesquisa, requer questões abertas ou semiabertas, para que o entrevistado possa discorrer livremente sobre o tema, contando com o auxílio das perguntas elaboradas pelo pesquisador como facilitadoras desse processo. (CHIZZOTTI, 2005)

Segundo Hair *et al.* (2005) um dos tipos de entrevista exploratória, indicada no texto inicial deste capítulo, é a entrevista em profundidade. Para os autores este tipo de entrevista permite sondar de forma mais profunda um dado fenômeno.

As entrevistas foram baseadas no roteiro (Apêndice A). Para a elaboração do roteiro, foram considerados os aspectos teóricos acerca da temática estudada. À medida que a revisão de literatura, iniciada no projeto de pesquisa, evoluiu para a versão final da pesquisa, o roteiro de entrevista apresentado no Apêndice A foi revisto, a fim de mantê-lo em consonância com as teorias apresentadas pelos estudiosos da área.

O roteiro norteou a entrevista, entretanto, considerando que ela se caracteriza como semiestruturada, apesar de utilizar o roteiro, a pesquisadora esteve livre para fazer questionamentos adicionais, os quais não haviam sido previamente imaginados. O formato refere-se à entrevista pessoal, ou seja, a entrevistadora esteve em contato direto com todos os participantes. (HAIR *et al.*, 2005)

Foram entrevistados treze consumidores de produtos vendidos na economia informal residentes na Região do Grande ABC Paulista no período de 12 a 28 de junho de 2013. O registro da entrevista foi feito por meio de gravador, com o consentimento dos participantes. No total, foram aproximadamente três horas e quarenta minutos de registro, o qual depois da transcrição resultou em quase noventa páginas. Cada entrevista teve duração média de dezessete minutos.

Antes de iniciar as entrevistas foram esclarecidos aos participantes os objetivos e fins tanto da entrevista como da pesquisa. Ao serem convidados a participar do estudo, foi-lhes conferida a liberdade de escolha de local e horário convenientes a ele. Todas as entrevistas foram agendadas com antecedência. Em todos os contatos procurou-se estabelecer um clima de confiança e colaboração junto aos participantes. A entrevistadora buscou manter a neutralidade requerida no processo de entrevista, por meio do controle da sua personalidade, consciente do seu papel nesse processo e com o intuito de reduzir os riscos de vieses e erros, conforme orienta Chizzotti (2005).

4.1.2 Dados Secundários

Uma parte dos dados secundários desta pesquisa referem-se à pesquisa bibliográfica, que é um estudo envolvendo um conjunto de literaturas nas áreas selecionadas de pesquisa na qual o pesquisador tem experiência limitada, possibilita a análise crítica e a comparação de forma a aumentar a compreensão. Ela também auxilia os pesquisadores a se atualizarem com as últimas fontes, dados e resultados (PANNEERSELVAM, 2004). Esse é um procedimento fundamental em qualquer tipo de pesquisa. O pesquisador, por meio da investigação bibliográfica, viabiliza a sistematização da produção das áreas de estudo e a articulação de conceitos. Essa investigação refere-se a um confronto de natureza teórica, no qual ocorre o levantamento e discussão da produção bibliográfica existente. (CRUZ NETO, 1994)

Sobre o referencial teórico, Vergara (2006) destaca a importância de consultar os autores clássicos e as obras publicadas nos últimos cinco anos. Tendo em vista tais orientações, esta pesquisa foi desenvolvida com base na produção científica sobre as

temáticas de forma a considerar também as publicações mais recentes (período de 2007 a 2012) internacionais e nacionais. Os dados coletados deram origem ao aporte teórico deste estudo apresentados nos capítulos 1 e 2.

Além das obras localizadas por meio do rastreamento explicitado nos capítulos 1 e 2, para compor a base literária dos três primeiros capítulos que tratam sobre o Comportamento do Consumidor, a Economia Informal e a Região do Grande ABC Paulista, foram analisadas as obras de autores tradicionais no estudo de cada um destes temas. Para contextualização da Economia Informal no Brasil e da Região do Grande ABC Paulista, foram utilizados dados dos seguintes órgãos: Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial (ETCO), Instituto Geográfico e Cartográfico (IGC), Fundação Sistema Nacional de Análise de Dados (SEADE), Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), Sistema FIRJAN e Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

4.2 PARTICIPANTES

Foram convidadas a participar da pesquisa pessoas economicamente ativas, com idade superior a 18 anos, consumidoras de produtos oriundos do comércio informal e residentes na Região do Grande ABC Paulista. Conforme descrito anteriormente, tais produtos referem-se a: *CDs*, *DVDs*, equipamentos eletrônicos, *softwares*, roupas, bolsas, calçados, acessórios (relógios, colares, anéis, pulseiras, cintos etc.), brinquedos e utensílios domésticos.

O acesso aos indivíduos a serem entrevistados foi feito por meio da técnica “bola de neve” (*snowball*) ou amostra por referência. Trata-se de um método, amplamente utilizado em pesquisas qualitativas sociológicas, o qual produz uma amostra de estudo por meio de referências feitas entre pessoas que compartilham ou sabem de outras pessoas que possuem algumas características que são de interesse da investigação, de modo que a amostragem “bola de neve” é dependente de redes sociais. (BIERNARCKI; WALDORF, 1981)

Este processo de seleção de participantes prevê que o acesso aos sujeitos ocorra por meio de amigos, parentes, contatos pessoais e conhecidos que mantêm contato com os atores sob investigação. O convite para participar do estudo aos potenciais participantes foi precedido de um contato feito por meio de canais naturais em que o sujeito era ativo, ou seja, a pessoa que indicou tal sujeito para participar do estudo fez o primeiro contato de forma a indicar para a pesquisadora a ocorrência de interesse em participar do estudo, para que a mesma pudesse formalizar o convite e agendar local e horário convenientes ao entrevistado (SIERRA, 1998). Para identificar se o participante realmente se enquadrava no perfil descrito,

ao convidá-lo, fez-se uma entrevista prévia, a qual indicou se o consumidor se enquadrava nos aspectos considerados na investigação. O roteiro dessa entrevista prévia encontra-se no Apêndice A desta dissertação.

A quantidade de entrevistados não foi pré-estabelecida, no entanto, buscou-se entrevistar pelo menos uma pessoa residente em cada uma das sete cidades que compõem a Região do Grande ABC Paulista. Sierra (1998) afirma que inicialmente o pesquisador não consegue definir um número de entrevistas necessárias para o desenvolvimento da pesquisa, uma vez que a investigação qualitativa é mais caracterizada por ser um processo de encontro do que de pesquisa performativa. Desta forma, o pesquisador deverá determinar o número de participantes no processo de captação de informação que abrange o estudo. A quantidade de participantes não determina a qualidade da pesquisa, uma vez que

[...] há um número limitado de interpretações, ou versões, da realidade. Embora as experiências possam parecer únicas ao indivíduo, as representações de tais experiências não surgem das mentes individuais; em alguma medida, elas são o resultado de processos sociais. Neste ponto, representações de um tema de interesse comum, ou de pessoas em um meio social específico são, em parte, compartilhadas. [...] A certa altura, o pesquisador se dá conta que não aparecerão novas surpresas ou percepções. (GASKELL, 2002, p. 71)

4.3 ASPECTOS ÉTICOS DA PESQUISA

Os sujeitos foram convidados a participar da pesquisa de forma totalmente voluntária. Antes que os mesmos decidissem colaborar com o estudo, foram orientados sobre o objetivo e a natureza acadêmica do estudo, assim como, foram esclarecidas todas as suas dúvidas. Foi-lhes garantido o direito de, sem nenhum ônus, desistirem de participar da pesquisa a qualquer momento, o sigilo de suas identidades, das respostas às perguntas e do diálogo ocorrido na entrevista.

Aos participantes foi assegurado ainda que a colaboração com a pesquisa não lhes acarretaria nenhum desconforto ou riscos para a sua vida, nem represálias por parte da pesquisadora ou qualquer outro sujeito envolvido na pesquisa. Além disto, poderiam obter informações sobre os procedimentos e métodos utilizados neste estudo e também sobre os resultados parciais e finais.

Considerando estes e outros aspectos constantes no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE (Apêndice B), a entrevista foi realizada após a assinatura desse termo pelos participantes e pela pesquisadora e só foi gravada mediante a autorização dos mesmos.

Houve o compromisso de analisar os dados de forma imparcial, a fim de evitar vieses. Assim sendo, a análise dos dados está de forma fidedigna àquilo que os participantes transmitiram nas entrevistas. Por questões éticas, durante a explanação da pesquisa, bem como de seus resultados, foram tomados alguns cuidados. Para identificação dos participantes foram utilizadas letras maiúsculas buscando preservar o sigilo da identidade dos envolvidos e das informações específicas do estudo, sendo que os entrevistados foram identificados no trabalho como Entrevistada ou Entrevistado seguido pelo número de ordem de entrevistas, por exemplo: Entrevistada 1, Entrevistada 2, [...], Entrevistado 10, [...], Entrevistada 13.

4.4 ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados fundamentou-se no relatório completo das entrevistas, de forma que o primeiro passo foi a produção do material textual por meio da transcrição das entrevistas (GASKELL, 2002). Na transcrição das entrevistas foi respeitado o vocabulário, o estilo das respostas e as ocasionais contradições de fala do entrevistado (CHIZZOTTI, 2005). A transcrição contemplou hesitações, risos, silêncios e os estímulos da entrevistadora conforme orienta Bardin (2011, p. 93). Assim sendo, no Apêndice D encontra-se um quadro com o resumo explicativo das normas de transcrição com base em Preti e Urbano (2009).

Considerando que a transcrição não foi feita pela pesquisadora, mas por um profissional especializado, ao receber o material transcrito a pesquisadora realizou a conferência do texto com a gravação original e procedeu os ajustes necessários. Ao longo do processo analítico as transcrições foram lidas e relidas diversas vezes, de forma integral e parcial, houve a imersão da pesquisadora nos textos, o que possibilitou lembrar aspectos das entrevistas que extrapolam o que foi registrado na gravação das falas, isto contribuiu para uma análise mais fidedigna dos dados. (GASKELL, 2002)

A análise considerou o texto das entrevistas na íntegra e as suas partes isoladamente. O processo analítico dos dados empíricos foi desenvolvido com base nas orientações de Gaskell (2002), que adverte que o “objetivo amplo da análise é procurar sentidos e compreensão” (*ibid*, p. 85). Durante a análise os objetivos da pesquisa foram constantemente retomados e esforçou-se para estabelecer o maior número de conexões e padrões possíveis (*ibid*). Dessa maneira, foi possível constatar como o consumidor se comporta na economia informal do Grande ABC Paulista e identificar os fatores influenciadores desse comportamento. O próximo capítulo apresenta a análise das entrevistas explicitada neste item.

5 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

A proposta neste momento do estudo é apresentar e discutir os resultados da análise de dados explicitada no item 4.4. Para tanto, este capítulo foi estruturado em duas partes: a primeira trata essencialmente do perfil dos participantes no que se refere aos aspectos sociodemográficos e a segunda contempla a apresentação e análise compreensiva dos dados coletados nas entrevistas.

5.1 PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DOS PARTICIPANTES

No grupo de participantes, mais da metade dos sujeitos têm 30 ou menos anos (61,5%), sendo que o participante mais jovem tem 25 anos e o mais velho 44 anos. Há a predominância de mulheres, elas representam 84,6% dos participantes. Quanto ao nível de escolaridade, 53,8% são graduados. A parcela de entrevistados com menor rendimento (até R\$ 2.034), relativo ao mês de junho de 2013, representa 69,2% do total. Os entrevistados solteiros correspondem a 53,8%, a maior parte dos entrevistados reside nas cidades de Diadema e São Bernardo do Campo (23,1% cada) e a maioria trabalha na cidade de São Bernardo do Campo (61,5%). Na Tabela 7 e no Apêndice E, pode-se observar a descrição detalhada do perfil sociodemográfico dos participantes.

Tabela 7 – Perfil sociodemográfico dos participantes

Gênero	
Feminino	84,6%
Masculino	15,4%
Idade	
Até 30 anos	61,5%
30 a 40 anos	15,4%
Acima de 40 anos	23,1%
Escolaridade	
Ensino Médio completo	23,1%
Ensino Superior incompleto	15,4%
Ensino Superior completo	53,8%
Especialização	7,7%
Faixa Salarial	
Até R\$ 2034 (3 salários mínimos)	69,2%
De R\$ 2.035 a R\$ 4.068 (3 a 6 salários mínimos)	15,4%
De R\$ 4.069 a R\$ 6.102 (3 a 9 salários mínimos)	15,4%
e acima de R\$ 6.103 (mais de 9 salários mínimos)	-

Fonte: Elaborado pela autora.

Tabela 5 – Perfil sociodemográfico dos participantes (cont.)

Residente em	
Diadema	23,1%
Mauá	7,7%
Ribeirão Pires	7,7%
Rio Grande da Serra	7,7%
Santo André	15,4%
São Bernardo do Campo	23,1%
São Caetano do Sul	15,4%

Fonte: Elaborado pela autora.

5.2 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DA ANÁLISE COMPREENSIVA DOS DADOS

As principais justificativas dos entrevistados para a compra de produtos no comércio informal é que os preços são mais baixos e os pontos de vendas são mais acessíveis. Nas entrevistas foram identificados quarenta trechos que trazem a questão do baixo preço como justificativa para a compra. A acessibilidade ao ponto de venda foi citada em oito trechos das entrevistas. Estes aspectos são ilustrados a seguir pelos pontos apresentados pelos entrevistados.

A principal vantagem, acho que pra mim e pra qualquer um que compra, é preço, né, preço é bem inferior do que é cobrado normalmente. [...] Muito inferiores do que/ eu acho que mais inferior ainda/ além do que é a nossa carga tributária. É bem inferior ao que cê encontra em loja e em shopping. É bem distorcida a realidade [...]. Mas, é que nem eu falei, é muito gritante a diferença de preço. (Entrevistado 9)

Facilidade, fácil acesso, porque eles estão/, por exemplo, eu ando muito de metrô, então sempre têm eles na saída do metrô, vendendo tudo que você possa imaginar desde alimento, até um lenço, um guarda-chuva, quando começa a chover é incrível como eles aparecem rapidamente com os guarda-chuvas. Então, é muito fácil você não tem que ir até tal lugar porque eles estão sempre nos pontos de tráfego, eles estão sempre ali próximos. (Entrevistada 3)

Além de apontarem o preço como fator motivador da compra, ao avaliá-lo, os consumidores fizeram alguns apontamentos importantes: (1) há variação de preço no comércio informal, de forma que alguns vendedores praticam preços menores e outros maiores. Desta forma, alguns consumidores fazem pesquisas para identificar o menor preço; (2) há, no entanto, um apontamento sobre a prática de preços semelhantes entre os comerciantes informais; (3) a elevada procura de produtos informais tem afetado os preços, de

forma a torná-los mais altos; (4) a compatibilidade de preços entre o comércio formal e informal estimula os consumidores a comprarem no comércio formal.

[...] às vezes, na maioria das vezes tem diferença de preço. Então, você anda em um, anda em vários até achar um valor que valha a pena, que é legal. (Entrevistada 12)

Eu não sei como que funciona, mas, eu acho que eles se acordam bem em relação isso. A gente acaba comprando mais por afinidade do dono da barraca [Ah tá então você/] porque os valores geralmente são bem parecidos. (Entrevistada 13)

Acho que as pessoas têm procurado bastante então é meio a lei da oferta e procura, né. Eles acabam aumentando porque há muita procura [...]. (Entrevistada 5)

Agora tem alguns produtos, se eu chegar no comércio informal e eu ver que o preço tá compatível com o que eu compraria numa loja formal, aí eu vou optar por comprar na loja até pela garantia mesmo. Da segurança tal, do produto ser melhor. (Entrevistada 8)

Ainda no que refere ao preço, identificou-se que 77% dos entrevistados deixariam de comprar produtos oriundos da economia informal caso o comércio formal oferecesse produtos com preços iguais ou mais baixos do que o comércio informal. Para duas entrevistadas, o preço é o único fator que faria com que elas deixassem de adquirir produtos no comércio informal. Além do preço, para oito consumidores outros fatores os fariam deixar de consumir na economia informal, os quais serão explicitados ainda neste capítulo. Três consumidores não indicaram o preço como fator inibidor da compra, mas sim outros aspectos que também serão explicitados na sequência.

Os produtos vendidos no comércio informal são associados à baixa qualidade por doze dos treze entrevistados. Este apontamento foi identificado em trinta e três trechos das entrevistas. É relevante destacar que alguns consumidores afirmaram que já tiveram experiências de consumo de produtos oriundos do comércio informal com alta qualidade. A aquisição de produtos informais com qualidade é designada pela Entrevistada 6 e pelo Entrevistado 9 como uma questão de sorte, ou seja, as experiências de consumo no comércio informal são permeadas por incertezas no que se refere à qualidade e à durabilidade do bem adquirido.

Ao serem questionados sobre o sentimento de segurança em relação à qualidade dos produtos adquiridos no comércio informal, 77% dos entrevistados afirmaram que não se sentem seguros a respeito desse aspecto.

[...] é... é uma coisa ilusória você sabe que vai comprar uma coisa que daqui um tempo aquilo vai acabar quebrando porque ela é inferior né [...]. (Entrevistada 1)

[...] Quando você vai comprar num lugar assim, você já vai/ é como se você já soubesse que você está adquirindo um bem provisório [...] é mais ou mesmo assim 'ah você comprou do camelô, você queria que funcionasse' [...]. (Entrevistada 3)

[...] porque justamente pelo preço eu sei que tô pagando um negócio que não tem tanta qualidade. (Entrevistada 13)

Muitos relatos indicam que o consumidor que opta por adquirir produtos no comércio informal já o faz ciente de que o produto possui qualidade inferior e que os vendedores não oferecem garantias, de forma que há o risco de perda do valor investido.

Eu acredito que o consumidor que se usufrui desse tipo de serviço ele já tem noção, de que pode perder. (Entrevistada 6)

Risco de você perder todo o seu dinheiro, de você comprar, por exemplo, e depois não conseguir usar pro fim que você precisava. (Entrevistada 11)

Quando os produtos adquiridos no comércio informal apresentam algum problema, os consumidores procuram o fornecedor para solicitar a troca ou a devolução do valor. Apenas duas entrevistadas afirmaram que não procuram o fornecedor, de forma que se o produto apresenta problemas, elas arcam com o prejuízo e fazem o descarte do produto defeituoso. Alguns consumidores indicaram que não enfrentam problemas de troca quando a identificação do problema é feita logo após a aquisição. No entanto, quando o problema é identificado tempos depois ou ocorre após determinado tempo os consumidores não procuram o fornecedor, pois entendem que a durabilidade de um produto informal é menor e por isso não têm o direito de reclamar. Duas entrevistadas indicam que a facilidade de troca pode ser considerada uma vantagem do comércio informal, pois notam que o processo é simples e rápido, diferente do que encontram ao solicitarem troca no comércio formal, cujo processo é visto como burocrático.

O fato de adquirir produtos no comércio informal, em especial de vendedores ambulantes, traz uma preocupação para os consumidores quando há a necessidade da troca, de forma que dois entrevistados apontaram que ao voltar ao local da compra nem sempre encontram o comerciante informal e isto gera prejuízo ao consumidor. A fim de evitar este tipo de problema, dois consumidores indicaram que compram de vendedores conhecidos ou que têm ponto de venda estabelecido sempre no mesmo local.

Foi identificado que alguns comerciantes estabelecem prazo para troca, sendo que uma entrevistada indica um período curto de troca (até três dias) e outra indica um período maior (até trinta dias). Uma entrevistada apontou que o processo de troca se torna difícil pela falta de produtos, ou seja, nem sempre consegue trocar pelo mesmo produto, o que gera certa insatisfação, pois algumas vezes o produto substituto não atende as expectativas do consumidor.

Os consumidores em sua maioria avaliam o atendimento no comércio informal como bom, sobre o qual destacam as seguintes características: rapidez, simpatia, acolhida, atenção, equidade (tratam os clientes da mesma forma).

Olha o atendimento acaba às vezes sendo até melhor, do que em muitas lojas. Por quê? Porque quando você vai buscar, comprar em comércio informal são pessoas mais humildes que estão lá pra atender que também precisam trabalhar e essas pessoas elas tem um comportamento acolhedor. Então ela conversa, ela procura saber da sua necessidade e ele vai conversando. Tem um atendimento assim melhor. (Entrevistada nº2)

Bom. Bom. Eu não/ eu acho assim, eles tem, eles são um pouco afobados né, eles querem rápido porque é um/ normalmente é muito cheio, tem muita gente, então eles são meio afobados. Mas, atendem bem até viu, tem vez até que melhor que o mercado formal aí que a pessoa tem um salário e de repente tá ali só pra receber no final do mês, e acaba te atendendo pior, com má vontade, alguma coisa, reparando nas suas vestimentas, coisa que no mercado informal você pode ir de chinelo com prego que ele vai te atender do mesmo jeito. (Entrevistado 9)

O atendimento é bom. Acho que por ser um povo mais simples, né, eles acabam atendendo bem::, não sei como é a palavra, mas, eles são bem acolhedores, né, na hora de te atender. (Entrevistada nº13)

Retomando os aspectos que motivam a compra, verificou-se que o modo, o tempo e a finalidade de uso do produto é um fator determinante para a escolha pela compra de produtos oriundos da economia informal. Isto ocorre pela associação que os consumidores fazem dos bens informais com baixa qualidade e por considerarem que alguns produtos têm alto grau de descarte, ou seja, mesmo que não apresentem problemas, em pouco tempo terão que ser substituídos por bens mais modernos ou ainda, devido à sua característica, serão consumidos uma única vez ou poucas vezes após a aquisição. Desta forma, o valor cobrado pelo bem não justifica a compra no comércio formal, pois na informalidade o preço é bem mais atrativo e o produto, apesar de apresentar qualidade inferior, é condizente com a necessidade do consumidor.

Bom:: em primeiro lugar eu vejo a necessidade, CDs, DVDs eu vejo que é uma coisa que é uma coisa de momento, eu não vou usar o tempo todo eu não vou assistir o tempo todo, então eu vejo como um ponto favorável pros piratas, porque eu compro, assisto e depois eu não vou precisar mais então aquilo vai ficar parado, descartado. Em relação aos originais iria dificultar bastante, eu pagar tão caro, assistir uma vez e depois descartar. E, assim, bolsas, acessórios, porque geralmente a gente usa moda, modinha, então a gente usa naquele momento e depois não usa mais. Então é por isso. (Entrevistada 4)

[...] hoje em dia, um dos produtos mais vendidos em camelô, acredito, depois de acessórios, são celulares. Mas, as pessoas não querem mais celular pra usar mais do que um ano. Porque, a modernidade é tanta que o celular com um ano e meio de uso é obsoleto completamente, então, ele usa pra descartar. (Entrevistada 6)

[...] e, assim, pra minha filha. Como ela é ainda adolescente e tal, ela quer roupa de marca só que é muito caro. Então, eu vou comprar hoje ela vai perder mês que vem, então, aí eu aproveito e compro no camelô que sai mais barato, então, por esse motivo, né. (Entrevistada 12)

Nesse sentido, alguns consumidores sinalizaram que quando necessitam adquirir bens duráveis optam pelo comércio formal, pois encontram qualidade e garantia maiores.

[...] se for o produto que eu sei que eu vou precisar usar muito, constantemente, vai se desgastar rápido, então eu, eu vou por uma qualidade, por exemplo, sapato, se eu vou usar direto eu não posso comprar uma coisa com uma qualidade inferior porque eu sei que eu vou perder logo. Então eu vou investir um pouco mais, porque eu vou ter um sapato mais/ agora se é um sapato, vai um tênis só pra passear final de semana, pra fazer qualquer coisa, aí eu compro mais informal mesmo. Porque eu vou usar de vez em quando, então eu sei que eu vou usar, vou cuidar e por eu usar pouco vai durar mais. [...] Se for uma coisa que você precisa por muito tempo, então você busca uma coisa com mais qualidade, se for pra suprir sua necessidade momentânea então você busca o comércio informal. (Entrevistada 2)

[...] eu, particularmente, não fico muito preocupada se aquilo/ quanto tempo aquilo vai me durar, eu compro pela necessidade momentânea. Claro, desde que não seja uma televisão, que você não vai descartar em um ano. (Entrevistada 6)

E, me vem à cabeça produtos, assim, no meu caso, mais produtos, produtos de baixo valor, porque eu não compraria, assim um, por exemplo, um DVD no comércio informal porque eu acho que o risco não vale a pena. [O DVD que você fala é aparelho?] Aparelho de DVD. (Entrevistada 11)

Ainda justificando os motivos para a compra de produtos comercializados na economia informal, mais da metade (62%) dos consumidores apontou que a situação financeira, ou seja, a baixa renda os impulsiona a adquirir produtos no comércio informal.

[...] se a gente for comparar a renda do brasileiro em/ assim falando de classe média baixa com produtos que a gente realmente precisa é inevitável você não consumir no comércio informal, entendeu. Você acaba querendo ou não, porque você precisa de mais de uma coisa, não dá pra você escolher só vestir ou só comer. Você precisa se vestir e comer, então você tem que dividir o pouco que você ganha pra suprir todas as necessidades e aí você parte pro comércio informal. (Entrevistada 2)

Mas, hoje o acesso ele é tão/ eu sinto que ele é tão negligenciado pra algumas classes sociais, que a gente acaba comprando [...] a gente também não tem acesso, né. Não tem condições a gente pagar trinta reais a cada DVD que a gente quer assistir, num filme. (Entrevistada 5)

[...] é::: as pessoas de baixa renda, é muito caro o produto, então, é muito difícil você falar assim, vou parar de comprar DVD pirata, não compro mais, vou comprar só o original, então vou assistir um filme por ano, porque eu não vou comprar, eu não vou ter dinheiro mesmo pra comprar. As pessoas têm outras coisas pra consumir. (Entrevistada 8)

No entanto, é relevante destacar sobre este aspecto a afirmativa de uma consumidora e considerar que entre os entrevistados existem consumidores que têm rendimentos superiores a seis salários mínimos.

Hoje isso é:::/ não existe mais o pobre que consome as coisas em camelô. Mas, é eu vejo muitas pessoas que tem posse, conheço, que frequentam camelódromos. Porque, a roupa, se não tiver etiqueta ninguém sabe que é de grife. Muitas vezes. (Entrevistada 6)

No que se refere à frequência de compra, identificou-se que 46% compram mensalmente, 23% fazem compras semanais, este mesmo percentual de consumidores compra no comércio informal a cada dois meses ou mais e uma entrevistada (o que equivale a 8%) indicou não ter frequência de consumo estabelecida. A média de valores gastos pelos entrevistados no comércio informal é em torno de R\$ 100, sendo que o valor mais baixo citado foi de R\$ 5 e o mais alto R\$ 300. Os entrevistados fizeram oito apontamentos de valores iguais ou inferiores a R\$ 50, o que indica que o consumo no comércio informal se restringe a produtos de baixo valor.

Um percentual significativo de consumidores prefere pagar as suas compras à vista (85%), geralmente o pagamento é feito em dinheiro (54%), sendo que alguns consumidores pagam por meio de cartão de débito ou dinheiro (23%), outros apenas em cartão de débito (15%) e uma entrevistada paga com cartão de crédito ou dinheiro (8%). Três consumidores sinalizaram receio de efetuar compras no comércio informal com cartão, sendo que duas entrevistadas justificaram o receio por conta da possibilidade de clonagem do cartão e um entrevistado não explicitou os motivos da sua cisma.

Os consumidores geralmente efetuam suas compras nas sete cidades que compõem a Região do Grande ABC Paulista, seja porque residem, trabalham ou transitam por elas. No entanto, foram registradas seis ocorrências que indicam compras em cidades que não fazem parte dessa região, sendo que a cidade, fora dela, onde os consumidores mais compram é São Paulo. Alguns consumidores apontaram alguns locais preferidos para compra. No Grande ABC destacam-se: a Rua Marechal Deodoro e a Praça Lauro Gomes, situadas na cidade de São Bernardo do Campo; o calçadão da Rua Coronel Oliveira Lima e o espaço *Boulevard Itambé*, localizados em Santo André; na cidade de São Paulo foram citados o bairro do Brás e as ruas 25 de Março e José Paulino.

Ao avaliarem a segurança do local onde efetuam as suas compras, 38% dos consumidores indicaram que sentem algum receio de forma que se restringem a fazer suas compras em certos horários e locais, de modo que não efetuam compras no período noturno e/ou em locais isolados com pouca circulação de pessoas. O percentual de consumidores que se sentem inseguros nos locais de comércio informal equivale a 30% e os que se sentem seguros representam 23%. É relevante destacar que uma entrevistada ao responder a questão fez relação da segurança com a qualidade do produto e não avaliou o local de comércio, por este motivo a sua resposta não foi incluída no percentual de análise apresentado.

Ao eliminarem as embalagens e/ou os produtos após o uso alguns consumidores apontaram que fazem a seleção parcial dos resíduos (46%), outros afirmaram que fazem a separação de todos os resíduos (38%) e outros ainda indicam que descartam os resíduos em lixo convencional (16%), no entanto, estes últimos ao serem questionados sobre a existência de preocupação com o fato dos resíduos não serem reciclados sinalizaram que ela existe. Neste contexto, identificou-se que mais da metade dos consumidores (54%) demonstra preocupação em relação à reciclagem concreta dos produtos. Apesar de selecionarem os resíduos, dois consumidores afirmam nunca terem pensado sobre a efetiva reciclagem dos mesmos. Já uma entrevistada afirmou que isto não lhe gera preocupação e outra não se posicionou a respeito. Duas entrevistadas afirmaram que fazem a coleta seletiva, mas não se preocupam se os resíduos são realmente reciclados ou não.

Os consumidores entrevistados, em sua maioria, acreditam que a economia informal prejudica o meio ambiente (54%), alguns afirmaram que talvez prejudique (38%) e uma entrevistada, que equivale a 8% dos entrevistados, indicou que não tinha opinião sobre o assunto, pois nunca parou para pensar. No olhar dos consumidores os fatores que oferecem risco ao meio ambiente na economia informal estão ligados ao estímulo do comportamento consumista, pois o baixo valor cobrado pelos produtos incita os consumidores a comprarem

mais. Outro fator apontado é o descarte inadequado dos produtos e das embalagens, seja por parte do comerciante ou por parte do consumidor.

A fabricação é um fator indicado como problemático quando se trata de meio ambiente, pois para os consumidores a origem e extração da matéria-prima são incertas, os processos de fabricação são desconhecidos e não há controle de qualidade. A pirataria e o contrabando também são apontados pelos entrevistados como indicadores negativos para a preservação do meio ambiente.

Constatou-se que os consumidores não têm conhecimento sobre a origem exata dos produtos comercializados na economia informal nem sobre como tais produtos são fabricados. Alguns demonstraram a impressão de que os produtos são originários de países como China/Taiwan e Paraguai. Sobre a fabricação, foi identificado o conhecimento sobre a existência de fábricas clandestinas e o uso de mão de obra escrava de profissionais nacionais e estrangeiros oriundos de países como Chile, Bolívia e México. Assim, apesar de a fabricação ter sido percebida como um fator preocupante quando se trata de questões ambientais, entre os consumidores foi observada pouca preocupação no que se refere à origem e ao processo de fabricação dos produtos oriundos da economia informal.

A falta e as dificuldades de fiscalização por parte dos órgãos públicos responsáveis também potencializam as ações de degradação ambiental causada pela economia informal. O despreparo, a falta de informação e estrutura empresarial do comerciante informal para lidar com as questões ambientais foram identificados nas entrevistas como fatores que contribuem para a deterioração do meio ambiente.

Os impactos sociais da economia informal para os consumidores relacionam-se com a precarização do trabalho, a exploração infantil, a criminalidade, o uso indevido do espaço público, os riscos causados à saúde e à integridade física das pessoas e a diminuição da competitividade das empresas formais ativas no país. Em diferentes trechos das entrevistas foi possível identificar que para os entrevistados a precarização do trabalho ocorre por conta da exploração de trabalho escravo presente no processo produtivo de alguns produtos informais, pela redução de empregos formais, e também, pela posição do comerciante informal que não tem assegurados os seus direitos trabalhistas. A exploração infantil é identificada tanto no processo de fabricação como no processo de comercialização dos produtos.

Também prejudiciais à sociedade, os crimes que permeiam a economia informal, estão ligados: ao não pagamento dos impostos; ao contrabando de produtos; à pirataria, que faz com que os direitos autorais sejam violados; à corrupção que ocorre por meio do pagamento de propinas para a manutenção do comércio informal; aos roubos e furtos, que dão origem a

alguns produtos comercializados informalmente; ao tráfico de drogas e a outros crimes, que podem ocorrer devido à origem e à aplicação imprecisa dos valores que giram a economia informal.

O uso indevido do espaço público por parte dos comerciantes informais também foi apontado como um problema para a sociedade, pois a localização e disposição das barracas são, muitas vezes, prejudiciais à mobilidade urbana. O fato de os produtos informais não apresentarem níveis aceitáveis de qualidade pode causar riscos para a saúde e integridade física das pessoas, em especial, das crianças. A competitividade das empresas brasileiras é afetada pelo baixo valor dos produtos exportados que são comercializados na economia informal, frente aos produtos fabricados em âmbito nacional, bem como, pelo fato de terem que arcar com todos os custos da formalidade, pois o comerciante informal, por não arcar com os mesmos, consegue praticar preços mais competitivos.

A posição do comerciante informal é avaliada com um olhar complacente pelos consumidores, de modo que há o trabalhador que se insere na economia informal por conta de fatores como desemprego, baixa escolaridade, falta de oportunidades no mercado formal e necessidade de sobrevivência. Uma entrevistada relata também a existência de pessoas que aproveitam os benefícios de ser informal para obterem vantagens financeiras.

[...] também tem a realidade do próprio camelô, né. Ele, às vezes, entrou pra esse comércio porque ele não teve acesso a um outro tipo de trabalho, que ele consiga uma renda pra sustentar ele, a família, enfim. Mas, ele também faz parte desse sistema, talvez não tanto por escolha né, eu vejo até eles são bem repreendidos em alguns momentos, eu acho que ninguém é confortável vivendo nessa vida, né. (Entrevistada 5)

Por um lado você tem pessoas que precisam daquilo, que muitas vezes não tem é::, formação pra conseguir outro emprego, tem família pra sustentar e precisa mesmo. Tem as pessoas que se aproveitam disso né, porque ganham um dinheiro mais fácil porque burla algumas leis e tal. (Entrevistada 8)

A existência da economia informal também é justificada pelos entrevistados pela alta carga tributária do país, pela burocracia e pelos custos trabalhistas.

É::: que a gente entende que os impostos que são cobrados são muito altos, por isso que as pessoas não conseguem ter as suas empresas abertas, então por isso eu acho que deveria regularizar todo mundo, mas as pessoas não conseguem pelo custo, a burocracia né que tem pra você abrir um comércio e o gasto que você tem com empregados, tudo isso né. (Entrevistada 1)

A corrupção é apontada como um fator que favorece a economia informal:

[...] porque eu sei que há fiscalização que eles pagam lá uma propina pra ficar nos lugares que eles ficam muitas vezes [...]. (Entrevistada 03)

Porque acredito que até no comércio informal muitas pessoas estão envolvidas, porque se não ele não existiria, porque são grandes centros que tem comércio informal, então, tem muita coisa do governo envolvida que também leva alguma parte nisso. [...] Porque muitas vezes, até mesmo na 25 de março tem policiamento, tem pessoas e tem produtos clandestinos o tempo inteiro. Então em alguns momentos recolhem tudo, só que em outros momentos tão tudo na rua e também tem lá o próprio shopping, que é a galeria Pagé, por exemplo, que vende produtos que não têm nota fiscal. Como que funciona um shopping, que paga algum aluguel, que paga algum imposto, que só tem produtos sem nota fiscal, será que o governo nunca viu isso? Tá lá até hoje. (Entrevistada 11)

Os consumidores têm consciência sobre os danos sociais que a economia informal causa ao país, inclusive alguns apontam que ao comprarem produtos do comércio informal estão estimulando o estabelecimento da informalidade.

[...] então eu acho que quando a gente consome a gente estimula para que aquilo seja feito sempre [...]. (Entrevistada 5)

[...] porque se você tá comprando você tá alimentando um comércio informal, as pessoas estão dando continuidade ao comércio informal. (Entrevistada 11)

A compra no comércio informal é prejudicial para as próximas gerações na visão da maioria dos entrevistados (69%). Os motivos apresentados pelos consumidores estão relacionados com pontos já apresentados anteriormente, como a sonegação tributária, pois diminui o montante de recursos arrecadados e impede o crescimento do país. Além disto, por ser prejudicial ao meio ambiente também o é para as próximas gerações. A questão da precarização do trabalho também é apontada como um fator a ser considerado. Ainda não havia sido tratado, mas um fator identificado como prejudicial para as próximas gerações é a questão da disseminação da cultura de consumo no comércio informal, em especial, no meio familiar como aponta a entrevistada:

Eu acho que sim porque acaba sendo um círculo vicioso, assim, eu nunca vi os meus pais comprando, mas, eu já compro, provavelmente os meus filhos vão me ver comprando, sabe. Então cê acaba criando um círculo, assim, vicioso de compra daquilo e:: acaba, não sei como é que eu vou dizer. [...] Porque a pessoa acaba crescendo/ vamos supor, se eu vejo a minha mãe comprando aquilo eu acho que aquilo é legal, porque a minha mãe comprou. Então cê acaba não explicando pra criança a importância de você comprar aquilo original, com a nota, com isso, com aquilo, tudo certinho. Porque a criança acha que aquilo que a mãe dela tá fazendo ou o pai tá fazendo é correto. Então ela vai seguir aquilo, sem procurar saber se aquilo é certo, se aquilo é errado. [entendi] Então acaba, acaba por:: você dando sequência no, no erro entendeu, sem procurar se de fato aquilo é o melhor. Acho que é isso. (Entrevistada 13)

Retornando aos motivos pelos quais os consumidores deixariam de comprar na economia informal, 69% dos entrevistados afirmaram que assim o fariam caso soubessem que causa impacto à sociedade, ao meio ambiente e às próximas gerações.

Dos oito consumidores que afirmaram que deixariam de comprar no comércio informal por conta do preço e apontaram outro fator como motivador para o não consumo, quatro indicaram o fato de impactar na sociedade, no meio ambiente e nas próximas gerações como motivos para não consumirem tais produtos. Ainda deste grupo, três consumidores apresentaram outras causas para não consumir mais no mercado informal, conforme será apresentado ainda neste capítulo. Uma consumidora, dentre esses oito consumidores, justificou que deixaria de consumir apenas se soubesse que os recursos transacionados na economia informal têm relação com tráfico de drogas ou a sua fabricação e comercialização contam com a exploração do trabalho infantil.

Dois consumidores que não apontaram o preço como fator que desmotivaria a compra de produtos informais, afirmaram que ao observarem que os produtos comercializados no mercado informal impactam na sociedade, no meio ambiente e nas próximas gerações deixariam de comprá-los, sendo que uma consumidora indicou também outros fatores para não comprar na economia informal, que também serão explicitados na sequência.

No meio familiar, de trabalho e de amigos é comum a compra de produtos na economia informal para doze dos treze entrevistados. No entanto, para a entrevistada que afirmou que não é comum, pois as pessoas com as quais se relaciona até compram, mas não com frequência. Por meio deste dado é possível inferir que a cultura de consumo no comércio informal faz parte do cotidiano e do meio em que vivem os entrevistados.

Eu acho que as pessoas num geral gostam, gostam porque todo compra, todo mundo indica: ‘— Ai eu comprei essa bolsa em tal lugar. — Ah você vai passar lá? Compra pra mim’. É muito normal isso, acho que a gente acaba ajudando a gente vira um subvendedor deles. (Entrevistada 3)

[...] Acho que tá tão estabelecido pelo menos assim onde eu moro, tá tão estabelecido, assim, na cidade que as pessoas já não criticam mais tanto, né. Às vezes, se espanta com a quantidade de ambulantes nas ruas e tal. Mas, criticar mesmo, às vezes, as pessoas nem criticam mais. Elas se espantam com a quantidade, mas elas estão acostumadas. (Entrevistado 8)

É comum. Tanto em família quanto em amigos, assim. Geralmente nós vamos em turma pra 25 de março pra esses lugares pra/ atrás do comércio informal mesmo. (Entrevistada 11)

Ah eu acho que a maioria acha legal, a maioria. Pelo menos as pessoas que eu conheço acha que/, ‘— ah compra não tem nenhum problema, compra sim!’. (Entrevistado 12)

Ainda sobre aspectos culturais, foi observado que para alguns consumidores o comércio informal é simbolizado por barraquinhas localizadas nas avenidas, ruas e no entorno dos terminais de ônibus, pequenas lojas, camelôs, vendedores ambulantes, pirataria e produtos importados do Paraguai.

Os meios de comunicação na visão da maioria dos entrevistados destacam os pontos negativos do comércio informal, por meio da veiculação de informações sobre: a remoção dos pontos de vendas informais; a falta de segurança no entorno dos pontos de vendas informais; as ações de represália ao comércio informal em locais como galeria Pagé, feirinha do Brás e Rua 25 de março; o trabalho escravo; a ilegalidade da economia informal. Outras notícias citadas pelos entrevistados que não têm caráter negativo referem-se à criação de camelódromos e a divulgação do comércio informal. Houve um apontamento sobre protestos realizados por camelôs com o intuito de reivindicar direitos.

Além dos meios de comunicação, dois consumidores citaram os alertas incluídos no início de *DVDs* de filmes e shows acerca de crimes relacionados à pirataria. No que se refere à veiculação de notícias sobre a economia informal nos meios de comunicação, somente dois entrevistados não apresentaram aspectos negativos do comércio informal. Uma entrevistada afirmou não ter tido acesso a informações sobre a economia informal por intermédio dos meios de comunicação.

Ao serem questionados se acham que ao comprarem produtos no comércio informal estão prejudicando ou causando riscos para outras pessoas, mais da metade dos entrevistados (62%) afirmou que sim, ou seja, eles acreditam que a compra prejudica ou causa risco para os outros. As justificativas giram em torno de aspectos já citados, tais como: falta de qualidade dos produtos, imprecisão sobre a origem e os processos fabricação dos produtos, o contrabando de produtos e a concorrência desleal (comerciante formal perde vendas para o comércio informal). Uma consumidora afirmou que a compra é prejudicial, mas não causa riscos para as outras pessoas, uma vez que para ela o prejuízo se dá por meio da precarização do trabalho (mão de obra escrava). Três entrevistados afirmaram que a compra não causa prejuízos ou riscos e um entrevistado não soube avaliar.

Ao avaliarem o impacto da compra de produtos no comércio informal sobre a dignidade e o bem-estar das outras pessoas, cinco dos treze entrevistados apontaram que acreditam que o fato de comprarem produtos no comércio informal não oferece ameaça à dignidade e ao bem-estar das outras pessoas. Três consumidoras afirmaram que por meio da compra oferecem sim, essa ameaça, e ainda, três consumidoras indicaram que sim, mas de forma parcial. Uma entrevistada afirmou que a compra de produtos informais apenas ameaça

a dignidade e não o bem-estar. Cabe ressaltar que esta pergunta não foi feita para uma entrevistada.

Quando perguntados se ponderam os fatores positivos e negativos para eles próprios e para os outros antes de comprarem no comércio informal, mais da metade dos entrevistados (54%) afirmou que não faz esta análise. Quatro consumidores responderam que analisam estes fatores antes de efetuar a compra. Um entrevistado disse que pouco analisa e uma entrevistada afirmou que só analisa os fatores positivos, os quais para ela são o preço e a acessibilidade ao ponto de venda.

Com base nos resultados da pesquisa empírica ora apresentada é possível inferir que os consumidores efetuam compras no comércio informal devido ao preço e à acessibilidade ao ponto de venda. Trata-se de um consumo culturalmente estabelecido, devido à disseminação do mesmo entre as redes sociais das quais os consumidores fazem parte. De maneira geral, os entrevistados mostram-se conscientes sobre os malefícios sociais, ambientais e éticos da economia informal, mas pouco os consideram no momento da compra.

A seguir serão apresentadas as considerações finais deste estudo, que contemplarão também as contribuições e limitações da pesquisa, bem como as sugestões para pesquisas futuras das temáticas estudadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste momento apresentam-se as considerações finais deste estudo, que contempla a análise da literatura (capítulos 1 e 2) junto à análise da pesquisa empírica (capítulo 4), ou seja, uma visão integrada das descobertas desta pesquisa, com base no objetivo do estudo que é “identificar e analisar os fatores influenciadores do comportamento do consumidor de produtos vendidos na economia informal da Região do Grande ABC Paulista”. Além disto, são destacadas as contribuições e limitações da pesquisa, e ao final, são incluídas algumas sugestões para estudos futuros.

Por meio dos dados empíricos buscou-se identificar o comportamento do consumidor nas etapas de pré-compra, compra e pós-compra (SOLOMON, 2008), de forma que também puderam ser considerados os aspectos relacionados ao processo de obtenção e eliminação (BLACKWELL; MINIARD; ENGEL, 2011). Conforme apontado entende-se que as etapas e os processos estão diretamente ligados conceitualmente. No que se refere às etapas de pré-compra e compra e ao processo de obtenção buscou-se verificar as preferências pelo local de compra, frequência, meio utilizado, uso dos produtos e sensibilidade ao preço conforme indicam Blackwell; Miniard e Engel (2011).

Assim, foi possível inferir que os consumidores da região do Grande ABC Paulista ao consumirem no comércio informal demonstram alto nível de sensibilidade ao preço, pois este foi o fator mais citado como influenciador da decisão de compra. Outro aspecto identificado refere-se à preferência de locais de compra acessíveis, aspecto que também motiva a compra no comércio informal. Outro fator decisivo para compra de produtos oriundos da economia informal diz respeito ao uso dos produtos, e neste ponto, cabe destacar que os produtos comercializados na economia informal, de maneira geral, estão relacionados à baixa qualidade/durabilidade. Nesse sentido, o modo, o tempo e a finalidade de uso do produto são questões ponderadas pelos consumidores antes de efetivar a compra de produtos informais. Quanto à frequência, identificou-se que mais da metade dos consumidores faz compras semanais ou mensais no comércio informal e a forma mais utilizada é o pagamento à vista e em dinheiro.

Nesta pesquisa, nas etapas de pós-compra e no processo de eliminação considerou-se apenas o modo de descarte dos produtos e das embalagens e a preocupação em torno da reciclagem destes resíduos, a fim de identificar a influência deste aspecto de responsabilidade social no comportamento do consumidor. Deste modo, constatou-se que mais da metade dos

consumidores faz de alguma forma a coleta seletiva dos resíduos. Identificou-se, também, que há preocupação quando se trata da efetiva reciclagem desses resíduos.

Ao avaliarem o impacto para o meio ambiente, para a sociedade e para as próximas gerações, os consumidores sinalizaram que a economia informal é nociva. Para metade dos entrevistados este seria um motivo para não comprar produtos no comércio informal. Esta afirmação desvela uma atitude positiva em relação à coleta seletiva e uma preocupação com a reciclagem dos resíduos corrobora com os resultados encontrados por Queiroga *et al.* (2005), os quais indicam que os consumidores brasileiros têm preocupações ambientais. No entanto, a referida afirmação demonstra-se incoerente com o modo de agir dos entrevistados considerando que os mesmos afirmaram na pré-entrevista serem consumidores ativos de produtos oriundos da economia informal.

No que concerne aos aspectos éticos que envolvem a compra de produtos oriundos da economia informal, mais da metade dos entrevistados afirmou que a compra no comércio informal prejudica ou causa risco às outras pessoas. A avaliação sobre a ameaça da compra na economia informal para a dignidade e o bem-estar das outras pessoas dividiu os consumidores entrevistados, sendo que uma pequena parte afirmou que oferece ameaça, outro pequeno grupo respondeu que há uma ameaça parcial e outro grupo, um pouco maior, alegou não oferecer ameaça. Em diversos trechos das entrevistas os consumidores apontaram os impactos sociais negativos da economia informal como a precarização do trabalho, a exploração infantil, a criminalidade, o uso indevido do espaço público, os riscos causados à saúde e integridade física das pessoas e a diminuição da competitividade das empresas formais ativas no país, questões que de alguma maneira prejudicam, causam danos e/ou ameaçam a dignidade e o bem-estar das outras pessoas. Estes impactos negativos da economia informal para a sociedade sinalizam, segundo o conceito de Holbrook (1994), que se trata de um consumo antiético.

Antes de efetuarem a compra, os consumidores em sua maioria afirmaram que não avaliam os aspectos positivos e negativos. Em alguns trechos das entrevistas e ao considerar sinais não verbais emitidos durante as entrevistas pode-se inferir que a maioria dos entrevistados até o momento da entrevista, apesar de serem conscientes sobre os malefícios da economia informal, não tinham avaliado o impacto do seu consumo no que se refere às questões éticas e de responsabilidade social, o que justifica a incoerência encontrada no discurso e nas ações sobre responsabilidade social. Em algumas respostas, foi identificada a percepção dos consumidores de que, ao comprarem produtos do comércio informal, estão estimulando o estabelecimento da informalidade.

Por meio deste estudo identificou-se ainda que a compra de produtos no comércio informal faz parte do cotidiano e do meio em que vivem os entrevistados. Trata-se de um fator culturalmente estabelecido pelo compartilhamento de crenças, atitudes e valores entre pessoas de um mesmo grupo social. (DE MOOIJ, 2011)

Diante dos aspectos expostos, é possível concluir que esta investigação respondeu ao objetivo proposto, pois identificou e analisou os fatores influenciadores do comportamento do consumidor de produtos vendidos na economia informal da Região do Grande ABC Paulista.

Considerando o caráter exploratório deste estudo as contribuições para a academia, sociedade e organizações consistem na ampliação do conhecimento sobre o comportamento do consumidor de produtos da economia informal. Além disto, este estudo buscou contribuir para que a sociedade e as organizações se estruturarem para discutir e traçar medidas mais eficazes para a diminuição do comércio informal.

Como limitações do estudo realizado pode-se destacar que as conclusões encontradas são pertinentes ao público entrevistado e, portanto, impossíveis de generalização. Ademais, o trabalho não apresenta diferenciação no que se refere ao grau de intensidade e o papel dos fatores influenciadores estudados no comportamento dos consumidores, de modo que foram investigadas apenas as fontes de influência.

Para estudos futuros, recomenda-se que sejam investigados por meio de um estudo quantitativo o grau de intensidade e o papel dos fatores influenciadores estudados no comportamento dos consumidores. Além disto, poderia se investigar o contexto da formalidade de modo a viabilizar comparações considerando os contextos informal e formal de modo a compreender quais são as diferenças e similaridades existente no comportamento do consumidor nestes dois contextos.

REFERÊNCIAS

- AHUMADA, H.; ALVAREDO, F.; CANAVESE, A. The monetary method to measure the shadow economy: The forgotten problem of the initial conditions. **Economics Letters**. Amsterdam, v. 101, n. 2, p. 97-99, nov., 2008.
- ALMEIDA, S. O. et al. Os efeitos da participação em comunidades virtuais de marca no comportamento do consumidor: proposição e teste de um modelo teórico. **Rev. adm. contemp.** Curitiba, v. 15, n. 3, p. 366-391, jun. 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v15n3/v15n3a02.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2013.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011, 279 p.
- BAGNASCO, A. A economia informal. **Ensaaios FEE**. Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 13-31, 1997. Disponível em: <<http://revistas.fee.tche.br/index.php/ensaaios/article/viewFile/1896/2270>>. Acesso em: 24 nov. 2011.
- BERGESIO, Liliana. *Lo popular y la economía en América Latina: Conceptos y políticas posibles*. **Cuad. Fac. Humanid. Cienc. Soc., Univ. Nac. Jujuy [online]**, San Salvador de Jujuy, n. 24, p. 23-44, jul. 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.org.ar/pdf/cfhycs/n24/n24a02.pdf>>. Acesso em: 13 jul. 2012.
- BHAUMIK, S. Interaction between formal and informal sector credit: new evidence from India. **Applied Economics Letters**. Abingdon, v. 15, n. 7, p. 527-531, jun., 2008.
- BIERNARCKI, P.; WALDORF, D. Snowball Sampling: Problems and Techniques of Chain Referral Sampling. **Sociological Methods and Research**. California, v. 10, n. 2, p. 141-163, nov. 1981.
- BLACKBURN, K; BOSE, N; CAPASSO, S. Tax evasion, the underground economy and financial development. **Journal of Economic Behavior & Organization**. Oxford, v. 83, n. 2, p. 243-253, jul., 2012.
- BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W.; ENGEL, J. F. **Comportamento do Consumidor**. 9. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- BRANDÃO, M. M.; PARENTE, J.. Brasileiro gosta de "muvuca"?: Impacto da densidade humana no comportamento de compra. **Rev. adm. empres.**, São Paulo, v. 52, n. 6, p. 613-627, dez. 2012. Disponível em: <http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_0034-7590201200600003.pdf> - Acesso em: 26 jan. 2013.
- BRINKMANN, J.; PEATTIE, K. Consumer Ethics Research: Reframing the Debate about Consumption for Good. **Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies**, v. 13, n. 1, p. 22-31, 2008.
- BUEHN, A.; SCHNEIDER, F. Shadow economies and corruption all over the world: revised estimates for 120 countries. **Economics. The Open-Access, Open-Assessment E-Journal**, v. 1, 2007.

BUZELIN, J. E. C. H.; COELHO, E. J. J.; SETTI, J. B. **A ferrovia de Minas, Rio e São Paulo**. São Paulo: Sociedade de Pesquisa para Memória do Trem, 2002.

CACCIAMALI, M. A economia informal 20 anos depois. **Indicadores Econômicos – FEE**. Porto Alegre, v. 21, n. 4, jan. 1994. Disponível em: <<http://revistas.fee.tche.br/index.php/indicadores/article/viewFile/626/871>>. Acesso em: 19 maio 2012.

CHARMES, J. O setor informal na África: um crescimento que não significa marginalização. **Ensaios FEE**. Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 64-99, jul. 1997. Disponível em: <<http://revistas.fee.tche.br/index.php/ensaios/article/viewFile/1898/2272>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

CHAUDHURI, S.; BANERJEE, D. Economic liberalization, capital mobility and informal wage in a small open economy: A theoretical analysis. **Economic Modelling**. Amsterdam, v. 24, n. 6, p. 924-940, nov., 2007.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2005, 164 p.

CORSEUIL, C. H. L.; FOGUEL, M. N. Economic expansion and increase in labour market formality: a poaching approach. **Rev. Bras. Econ.**, Rio de Janeiro, v. 66, n. 2, p. 207-224, jun. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbe/v66n2/a04v66n2.pdf>>. Acesso em: 19 fev. 2013.

CRUZ NETO, O. O trabalho de campo como descoberta e criação. In: MINAYO, M. C. de S. (Org.). **Pesquisa social: Teoria, método e criatividade**. 23. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

DABLA-NORRIS, E.; GRADSTEIN, M.; INCHAUSTE, G. What causes firms to hide output? The determinants of informality. **Journal Of Development Economics**. Amsterdam, v. 85 n. 1/2, p.1-27, fev., 2008.

DADOS. Índice Paulista de Responsabilidade Social – IPRS. Disponível em: <<http://dados.gov.br/dataset/indice-paulista-de-responsabilidade-social-iprs>>. Acesso em: 02 jul. 2013.

DEBRAH, Y. Promoting the informal sector as a source of gainful employment in developing countries: insights from Ghana. **International Journal Of Human Resource Management**. Abingdon, v. 18, n. 6, p. 1063-1084, jun., 2007.

DE MOOIJ, M. **Consumer behavior and culture: consequences for global marketing and advertising**. London: Sage, 2. ed. 2011.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. Introduction: The discipline and Practice of Qualitative Research. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (Eds.). **The SAGE Handbook of Qualitative Research**. 4. ed. Califórnia: SAGE Publications, 2011.

DER – Departamento de estradas e de rodagem do estado de São Paulo. Institucional: Histórico de rodovias – SP 150 / SP 160 Sistema Anchieta / Imigrantes. s/d. Disponível em: <http://www.der.sp.gov.br/website/Institucional/historico_rodovias.aspx>. Acesso em: 09 jul. 2013.

- D'HERNONCOURT, J; MÉON P. The not so dark side of trust: Does trust increase the size of the shadow economy? **Journal of Economic Behavior & Organization**. Oxford, v. 81, n. 1, p. 97-121, jan., 2012.
- DINKELMAN, T.; RANCHHOD, V. Evidence on the impact of minimum wage laws in an informal sector: Domestic workers in South Africa. **Journal of Development Economics**. Amsterdam, v. 99, n. 1, p. 27–45, set., 2012.
- DOBSON, S; RAMLOGAN-DOBSON, C. Inequality, corruption and the informal sector. **Economics Letters**. Amsterdam, v. 115, n. 1, p. 104-107, abr., 2012.
- DREHER, A; SCHNEIDER, F. Corruption and the shadow economy: an empirical analysis. **Public Choice**. Dordrecht, v. 144, n. 1/2, p. 215-238, jul., 2010.
- DRINE, I; NABI, M. Public external debt, informality and production efficiency in developing countries. **Economic Modelling**. Amsterdam, v. 27, n. 2, p. 487-495, mar., 2010.
- DURIF, F. et al. Socially Responsible Consumers: Profile and Implications for Marketing Strategy. **International Review of Business Research Papers**, v. 7, n. 6, p. 215-224, nov., 2011.
- EBSCOhost. 2012. Disponível em: <search.ebscohost.com/>. Acesso em: 08 out. 2012.
- ETCO. 2013a. Disponível em: <<http://www.etco.org.br/>>. Acesso em: 05 jan. 2013.
- _____. **Índice sobre Economia Subterrânea: Estimação do Tamanho da Economia Subterrânea no Brasil**. Rio de Janeiro: IBRE/FGV, jun. 2013b. Disponível: <http://www.etco.org.br/user_file/Economia_Subterranea_No_Brasil_jun-2013.pdf>. Acesso em: 06 ago. 2013.
- ETMC – Equipe Técnica de Mogi das Cruzes. **Áreas de Proteção aos Mananciais na RMSP**. São Paulo: ETMC. Departamento Estadual de Proteção de Recursos Naturais – DEPRN / Departamento de Uso do Solo Metropolitano – DUSM. Disponível em: <<http://www.fundacaofia.com.br/gdusm/apm.htm>>. Acesso em: 02 jul. 2013.
- FEIJO, C. A.; NASCIMENTO E SILVA, D. B.; SOUZA, A. C. Quão heterogêneo é o setor informal brasileiro? Uma proposta de classificação de atividades baseada na Ecinf. **Rev. econ. contemp.**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, p. 329-354, ago. 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rec/v13n2/v13n2a07.pdf>>. Acesso em: 08 ago. 2012.
- FIATES, G. M. R.; AMBONI, R.D.M.C.; TEIXEIRA, E. Consumer behaviour of Brazilian primary school students: findings from focus group interviews. **International Journal of Consumer Studies**. Oxford, v. 32, n. 2, p. 157-162, mar., 2008.
- FLICK, U. **An Introduction to Qualitative Research**. 4. ed. London: Sage Publications, 2009.
- FRAJ, E.; MARTINEZ, E. Ecological consumer behaviour: an empirical analysis. **International Journal of Consumer Studies**. Oxford, v. 31, n. 1, p. 26-33, jan. 2007.
- GAIARSA, O. A. **Santo André: Ontem, hoje, amanhã**. Santo André: Prefeitura Municipal de Santo André, 1991, 362 p.

GASKELL, G. **Entrevistas Individuais e Grupais**. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: Um manual prático. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. Cap. 3, p. 64-89.

GIRALDI, J. M. E.; CARVALHO, D. T. A imagem do Brasil no exterior e sua influência nas intenções de compra. **RAC-Eletrônica**, Curitiba, v. 3, n. 1, p. 22-40, jan./abr. 2009. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/periodicos/arq_pdf/a_832.pdf>. Acesso em: 26 jan. 2013.

GÜNTHER, I; LAUNOV, A. Informal employment in developing countries: Opportunity or last resort?. **Journal of Development Economics**. Amsterdam, v. 97, n. 1, p. 88-98, jan., 2012.

HAIR Jr., J. F. et al. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005, 471 p.

HERVÉ, C; MULLET, E. Age and factors influencing consumer behaviour. **International Journal of Consumer Studies**. Oxford, v. 33, n. 3, p. 302-308, maio, 2009.

HILDEBRAND, D. F. N. ; VELOSO, A. R. . Fatores que influenciam o comportamento de consumo de preservativos por adolescentes. **BBR. Brazilian Business Review**, Vitória, Edição Especial BBR Conference, v. 4, p. 125-161, 2012. Disponível em: <http://www.bbronline.com.br/public/edicoes/_artigos/pu9dy0pjtr19122012170156.pdf>. Acesso em: 26 jan. 2013.

HOLBROOK, M. Ethics in Consumer Research: An Overview and Prospectus. **Advances In Consumer Research**. Duluth, v. 21, n. 1, p. 566-571, jan., 1994.

ISABELLA, G. et al. Influence of discount price announcements on consumer's behavior. **Rev. adm. empres.**, São Paulo, v. 52, n. 6, p. 657-671, dez. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v52n6/v52n6a07.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2013.

IBGE. **Produto Interno Bruto dos Municípios – 2010: PIB a preços correntes**. <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/comparamun/compara.php>>. Acesso em: 19 jun. 2013.

IGC – Instituto Geográfico e Cartográfico. **Municípios e distritos do estado de São Paulo**. São Paulo: IGC, 1995. Disponível em: <http://www.igc.sp.gov.br/produtos/arquivos/municipios_e_distritos.pdf>. Acesso em: 02 jul. 2013.

JACKSON, T. Cross-cultural management and the informal economy in sub-Saharan Africa: implications for organization, employment and skills development. **International Journal of Human Resource Management**. Abingdon, v. 23, n. 14, jul., 2012.

LAGRECA, R. H.; HEXSEL, A. Concorrência desleal: concepções do processo de mobilização estratégica a partir de um estudo de caso. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba, v. 11, n. spe1, p. 11-31, 2007 . Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v11nspe1/a02v1ns1.pdf>>. Acesso em: 19 fev. 2013.

LA PORTA, R.; SHLEIFER, A. The Unofficial Economy and Economic Development. **Brookings Papers On Economic Activity**. Washington DC, n. 2 p. 275-352, ago., 2008.

LENG, C. Y.; BOTELHO, D. How does national culture impact on consumers decision-making styles? A cross cultural study in Brazil, the United States and Japan. **BAR, Braz. Adm. Rev.**, Curitiba, v. 7, n. 3, p. 260-275, set. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/bar/v7n3/v7n3a04.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2013.

MARKS, L; MAYO, M. An Empirical Test of a Model of Consumer Ethical Dilemmas. **Advances In Consumer Research**. Duluth, v. 18, n. 1, p. 720-728, jan. 1991.

MARTÍNEZ-LÓPEZ, F; CASILLAS, J. Marketing Intelligent Systems for consumer behaviour modelling by a descriptive induction approach based on Genetic Fuzzy Systems. **Industrial Marketing Management**. Oxford, v. 38 n. 7, p.714-731, out., 2009.

MARTINS, J. S. **Subúrbio**. Vida Cotidiana e História no Subúrbio da Cidade de São Paulo: São Caetano, do fim do Império ao Fim da República Velha. São Paulo: Hucitec, Uniesp, 2 ed., 2002.

MASON, J. Qualitative Interviewing: Asking, Listening and Interpreting. In: MAY, T. (Ed.) **Qualitative research in action**. London: Sage Publications, 2002, p. 225-241.

MCKINSEY & COMPANY. **Eliminando as barreiras ao crescimento econômico e à economia formal no Brasil**. São Paulo: McKinsey & Company Inc., 2004.

MESQUITA, M. A. B. Valores do aditivo: o comportamento do consumidor de gasolina aditivada na perspectiva da Teoria das Cadeias Meios-Fins. **Gest. Prod.**, São Carlos, v. 17, n. 3, p. 603-616, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gp/v17n3/13.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2013.

MINAYO, M. C. de S. Ciência, Técnica e Arte: O desafio da pesquisa social. In: MINAYO, M. C. de S. (Org.). **Pesquisa social: Teoria, método e criatividade**. 23. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

MITRY, D; SMITH, D. Convergence in global markets and consumer behaviour. **International Journal of Consumer Studies**. Oxford, v. 33, n. 3, p.316-321, maio, 2009.

MONTEIRO, P. R. R.; VEIGA, R. T.; GONÇALVES, C. A. Previsão de comportamentos de consumo usando a personalidade. **RAE electron.**, São Paulo, v. 8, n. 2, dez. 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/raeel/v8n2/v8n2a08.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2013.

MOTTA, F. C. P. Cultura e Organizações no Brasil. In: MOTTA, F. C. P.; CALDAS, M. P. (Orgs). **Cultura organizacional e cultura brasileira**. São Paulo: Atlas, 1997, 325 p.

MUNCY, J; VITELL, S. Consumer Ethics: An Investigation of the Ethical Beliefs of the Final Consumer. **Journal Of Business Research**. Oxford, v. 24, n.4, p. 297-311, jun., 1992.

NEHRU, V.; DHARESHWAR, A. A new database on physical capital stock: sources, methodology, and results. **Revista de Analisis Economico**. Azcapotzalco, v. 8, n. 1, p. 37-59, jun., 1993.

NEVES, C. M. **A vila de São Paulo de Piratininga: Fundação e representação**. São Paulo: Annablume, Fapesp, 2007, 259 p.

OCDE. **Estudos Econômicos da OCDE Brasil**. Tradução: Fundação Getulio Vargas. Paris, jun. 2005. Disponível em: <<http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/100502ue.pdf?expires=1375737408&id=id&accname=ocid54025470&checksum=FFA941F1722D198BD85EC9634B850CF8>> Acesso em: 08 maio 2012.

OLIVEIRA, B.; GOUVEA, M. A. A importância das ações sociais empresariais nas decisões de compra dos consumidores. **Gest. Prod.**, São Carlos, v. 17, n. 4, p. 791-800, dez. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gp/v17n4/a12v17n4.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2013.

PACHECO, N. A.; SANTOS, C. P.; LUNARDO, R. Efeitos do controle nas intenções comportamentais dos consumidores insatisfeitos. **Rev. adm. empres.**, São Paulo, v. 52, n. 5, p. 502-516, out. 2012. Disponível em: <http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_0034-75902012000500003_0.pdf>. Acesso em: 26 jan. 2013.

PALIWAL, P. Consumer behaviour towards alternative energy products: a study. **International Journal of Consumer Studies**. Oxford, v. 36, n. 2, p. 238-243, mar., 2012.

PANNEERSELVAM, R. **Research Methodology**. New Delhi: Prentice Hall of India, 2004, 656 p.

PARENTE, J. G. et al. Polos varejistas de rua ou shopping centers? Comparando as preferências da baixa renda. **BBR. Brazilian Business Review**, Vitória, Edição Especial BBR Conference, v. 9, p. 162-189, 2012. Disponível em: <http://www.bbronline.com.br/public/edicoes/_artigos/w91t82wo7719122012170502.pdf>. Acesso em: 26 jan. 2013.

PEPPER, M; JACKSON, T; UZZELL, D. An examination of the values that motivate socially conscious and frugal consumer behaviours. **International Journal of Consumer Studies**. Oxford, v. 33, n. 2, p. 126-136, mar., 2009.

PEREIRA, J. A. **Apresentação: Formação da Cidade**. Mauá: Prefeitura Municipal de Mauá, jan. 2013. Disponível em: <<http://www.maua.sp.gov.br/PerfilMunicipal/>>. Acesso em: 03 jul. 2013.

PEREIRA, M. C.; PEREIRA, J. R.; BRITO, M. J. Cidadania e Desemprego no Brasil Contemporâneo: uma reflexão a partir das categorias de Subjetividade Indivíduo, mero-indivíduo e pessoa. **Organizações & Sociedade**, v. 14, p. 45-57, 2007.

PINHEIRO-MACHADO, R. China-Paraguai-Brasil: uma rota para pensar a economia informal. **Rev. bras. Ci. Soc.**, São Paulo, v. 23, n. 67, p. 117-133, jun. 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v23n67/09.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2012.

PNUD. **Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil 2003: Ranking do IDH dos Municípios do Brasil**, 2003. Disponível em: <http://www.pnud.org.br/atlas/ranking/IDH_Municipios_Brasil_2000.aspx?indiceAccordion=1&li=li_Ranking2003>. Acesso em: 19 jun. 2013.

_____. **Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil 2013**. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/arquivos/ranking-idhm-2010.pdf>>. Acesso em: 01 ago. 2013

PRETI, D; URBANO, H. **A linguagem falada culta na cidade de São Paulo**: Entrevistas Diálogos entre informantes e documentador. São Paulo: TAQ/Fapesp, v. 3, 2009.

PRIETO BUSTOS, W. O. *Determinantes de la pobreza en Isla Grande*. Semest. **Econ.** [online], Medellín, v. 14, n. 28, p. 35-47, jan. 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v14n28/v14n28a3.pdf>>. Acesso em: 13 jul. 2012.

PROCOPIO, A. A Amazônia Caribenha. **Rev. bras. polít. int.**, Brasília, v. 50, n. 2, p. 97-117, dez. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbpi/v50n2/a07v50n2.pdf>>. Acesso em: 07 jul. 2012.

PULINA, M. Consumer behaviour in the credit card market: a banking case study. **International Journal of Consumer Studies**. Oxford, v. 35, n. 1, p. 86-94, jan., 2011.

QUALIS CAPES. Relatório área 27 - Administração, Contabilidade e Turismo. 2012a. Disponível em: <<http://qualis.capes.gov.br/webqualis/>>. Acesso em: 28 ago. 2012.

_____. Relatório área 28 - Economia. 2012b. Disponível em: <<http://qualis.capes.gov.br/webqualis/>>. Acesso em: 08 out. 2012.

QUEIROGA, F. et al . Escala de comportamentos socialmente responsáveis do consumidor: estudo preliminar de evidência de validade. **Psicol. estud.**, Maringá, v. 10, n. 1, p. 143-149, abr. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v10n1/v10n1a16.pdf>>. Acesso em: 24 jan. 2013.

RIBEIRO, R. N.; BUGARIN, M. N. S. Fatores determinantes e evolução da economia submersa no Brasil. **Estudos Econômicos**. São Paulo, v. 33, n. 3, p. 435-466, set., 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ee/v33n3/v33n3a02.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2011.

RITCH, E; BRENNAN, C; MACLEOD, C. Plastic bag politics: modifying consumer behaviour for sustainable development. **International Journal of Consumer Studies**. Oxford, v. 33, n. 2, p. 168-174, mar., 2009.

ROBERTS, J. A. Will the real socially responsible consumer please step forward? **Business Horizons**, v. 39, n.1, p. 79-83, jan-fev., 1996.

ROCHA, S. **Economia Informal**: Algumas Considerações sobre Conceituação e Mensuração. Rio de Janeiro: IPEA – Textos para discussão interna, n. 181, dez. 1989.

SANTOS, L. B.; SOUZA M. A. Validação da Escala de Consumo Ético para Amostras Brasileiras. In: XIII SEMEAD - Seminários em Administração FEA-USP, 2010, São Paulo. Anais do XIII SEMEAD, 2010.

SCARABOTO, D.; ROSSI, C. A. V.; COSTA, D. How consumers persuade each other: rhetorical strategies of interpersonal influence in online communities. **BAR, Braz. Adm. Rev.**, Rio de Janeiro, v. 9, n.3, p. 246-267, set. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/bar/v9n3/a02v9n3.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2013.

SCHNEIDER, F. **Shadow economies of 145 countries all over the world**: estimation results of the period 1999-2003. University of Linz: Department of Economics, Discussion paper Linz, Austria, 2005a.

_____. Shadow economies around the world: what do we really know? **European Journal of Political Economy**. Amsterdam, v. 21, n. 3, p. 598–642, set., 2005b.

_____. Shadow economies and corruption all over the world: new estimates for 145 countries. **Economics**, n. 2007–9, Johannes Kepler University of Linz, Austria, jul., 2007.

_____.; BUEHN, A.; MONTENEGRO, C. E. Shadow economies all over the world: new estimates for 162 countries from 1999 to 2007. **World Bank Policy Research**, Working Paper n. 5356, Washington DC, 2010.

SEADE. 2013a. Disponível em: <<http://www.seade.gov.br/>>. Acesso em: 19 jun. 2013.

_____. 2013b. **Produto Interno Bruto: PIB Municipal**. Disponível em: <<http://www.seade.gov.br/produtos/pibmun/index.php>>. Acesso em: 19 jun. 2013.

_____. 2013c. **Pesquisa de Emprego e Desemprego na Região do ABC: PED ABC**. São Paulo, n. 25. SEADE e DIEESE. Disponível em: <http://www.seade.gov.br/produtos/ped/abc/mensal/pdf/info_abc_mai2013.pdf>. Acesso em: 02 jul. 2013.

SERPA, D. A. F.; FOURNEAU, L. F. Responsabilidade social corporativa: uma investigação sobre a percepção do consumidor. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba, v. 11, n. 3, p. 83-103, set. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v11n3/a05v11n3.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2013.

SIERRA, F. Función y sentido de lê entrevista cualitativa en investigación social. In: CÁCERES, L. G. (Coord.) **Técnicas de Investigación en Sociedad, cultura y comunicación**. México: Prentice Hall, 1998, p. 277-346.

SISTEMA FIRJAN. **IFDM: Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal – Edição 2012**. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/ifdm/>>. Acesso em: 02 jul. 2013.

SHAH, S. K.; CORLEY, K. G. Building better theory by bridging the quantitative-qualitative divide. **Journal of Management Studies**. Oxford, v. 43, n. 8, p. 1821-1835, dez., 2006.

SOLOMON, M. R. **O Comportamento do Consumidor: Comprando, possuindo e sendo**. 7. ed., Porto Alegre: Bookman, 2008.

TANAKA, V. The ‘informal sector’ and the political economy of development. **Public Choice**. Dordrecht, v. 145, n. 1/2, p. 295-317, out., 2010.

TELLES, Vera da Silva; HIRATA, Daniel Veloso. Cidade e práticas urbanas: nas fronteiras incertas entre o ilegal, o informal e o ilícito. **Estud. Av.**, São Paulo, v. 21, n. 61, p. 173-191, dez. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v21n61/a12v2161.pdf>>. Acesso em: 19 fev. 2013.

TEOBALDELLI, D. Federalism and the shadow economy. **Public Choice**. Dordrecht, v. 146, n. 3/4, p. 269-289, mar., 2011.

TORGLER, B; SCHNEIDER, F; SCHALTEGGER, C. Local autonomy, tax morale, and the shadow economy. **Public Choice**. Dordrecht, v. 144, n. 1/2, p. 293-321, jul., 2010.

TYLOR, E. B. **Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom.** London: John Murray, Albemarle Street, v. 01, 1871.

ULYSSEA, G. Regulation of entry, labor market institutions and the informal sector. **Journal of Development Economics.** Amsterdam, v. 91, n. 1, p. 87-99, jan., 2010.

VELOSO, A. R. et al. A criança no varejo de baixa renda. **RAE eletrôn.**, São Paulo, v. 7, n. 2, dez. 2008. Disponível em: <http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S1676-56482008000200003.pdf>. Acesso em: 26 jan. 2013.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2006, 93 p.

VIEIRA, V. A.; APPIO, J. O impacto da conectividade no comportamento do consumidor em relação aos programas de televisão. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba, v. 14, n. 4, p. 703-721, ago., 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v14n4/09.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2013.

VITELL S. J.; MUNCY, J. The Muncy-Vitell Consumer Ethics Scale: A Modification and Application. **Journal Of Business Ethics**, v. 62, n. 3, p. 267-275, dez., 2005.

WANG, D. H; YU, T. H; HU, H. On the asymmetric relationship between the size of the underground economy and the change in effective tax rate in Taiwan. **Economics Letters**, v. 117, n. 1, p. 340–343, out., 2012.

WILLIAMS, C. Beyond the formal/informal jobs divide: evaluating the prevalence of hybrid 'under-declared' employment in south-eastern Europe. **International Journal of Human Resource Management.** Abingdon, v. 21, n. 14, p. 2529-2546, nov., 2010.

ZEPEDA, L; DEAL, D. Organic and local food consumer behaviour: Alphabet Theory. **International Journal of Consumer Studies.** Oxford, v. 33, n. 6, p. 697-705, nov., 2009.

APÊNDICE A – Roteiro de entrevista

Objetivo da entrevista: Coletar dados primários para análise e conseqüentemente responder ao objetivo da pesquisa científica desenvolvida por Rita de Cássia de Andrade Ferreira sob a orientação do Prof. Dr. José Alberto Carvalho dos Santos Claro.

Objetivo da pesquisa: Identificar e analisar os fatores influenciadores do comportamento do consumidor de produtos adquiridos na economia informal da Região do Grande ABC.

Observação: Este roteiro tem o intuito de nortear a entrevista, no entanto, a entrevista ocorrerá de forma fluída, ou seja, no decorrer, da entrevista, perguntas adicionais podem ser incluídas ou as respostas dadas pelo participante poderão conter informações de perguntas que ainda não tenham sido feitas, de forma que não haverá a necessidade de repeti-las, uma vez que o entrevistado já as respondeu.

Pré-entrevista

Objetivo: Identificar se o entrevistado atende ao perfil requerido para participar da pesquisa.

Você comprou nos últimos três meses algum dos produtos, que indicarei logo mais, em camelôs, marreteiros e/ou vendedores ambulantes?

Os produtos são: *CDs, DVDs*, equipamentos eletrônicos, *softwares*, roupas, bolsas, calçados, acessórios (relógios, colares, anéis, pulseiras, cintos etc.), brinquedos e/ou utensílios domésticos.

Você tem intenção de comprar algum destes produtos nos próximos três meses em camelôs, marreteiros e/ou vendedores ambulantes?

Entrevista

Considere que sempre que eu mencionar a palavra produtos, estarei me referindo a um ou mais dos seguintes produtos: *CDs, DVDs*, equipamentos eletrônicos, *softwares*, roupas, bolsas, calçados, acessórios (relógios, colares, anéis, pulseiras, cintos etc.), brinquedos e/ou utensílios domésticos.

Para responder as perguntas considere apenas o comércio informal que é para efeito deste estudo é composto pelos camelôs, marreteiros e/ou vendedores ambulantes.

Bloco 1 – Comportamento do consumidor

O que leva você a adquirir produtos no comércio informal? Cite vantagens e desvantagens.

Como decide o que quer comprar?

O local onde geralmente faz as suas compras está situado próximo a sua residência ou ao seu local de trabalho?

Efetua compras no comércio informal de outra cidade? Qual?

Como você avalia a segurança do local ou da região onde faz suas compras?

Como avalia o atendimento?

Com qual frequência você efetua as suas compras?

Qual o valor aproximado que você gasta mensalmente nas suas compras?

Como efetua suas compras a vista ou a prazo? Como paga as suas compras (dinheiro, cheque, cartão)?

Como você avalia os preços no comércio informal?

No seu meio familiar, de trabalho e de amigos é comum a compra de produtos no comércio informal?

O que vem à mente quando fala-se de comércio informal?

O que você pensa sobre este tipo de comércio? E, o que você acha que as outras pessoas pensam sobre este tipo de comércio?

Você já ouviu ou leu em jornais, rádio, televisão ou internet algo sobre comércio informal? Cite algum exemplo.

Quando os produtos comprados no comércio informal apresentam algum problema, como você resolve a questão junto ao vendedor?

Você se sente seguro, no que se refere à qualidade ao comprar no comércio informal?

Como você descarta os produtos e as suas embalagens após o uso? Os produtos podem ser reciclados?

Você os separa para coleta seletiva?

Causa-lhe alguma preocupação o fato do produto não ser reciclado?

Considerando a sociedade de maneira geral (igreja, governos, empresas, comunidades locais etc.), em sua opinião, há algum problema comprar produtos adquiridos no comércio informal?

A compra de produtos no comércio informal prejudica o meio ambiente?

A compra de produtos no comércio informal prejudica as próximas gerações?

Você sabe a origem dos produtos vendidos no comércio informal? Isto lhe causa preocupação?

Você sabe como os produtos vendidos no comércio informal são fabricados e por quem? Isto lhe causa preocupação?

Você deixaria de comprar um produto no comércio informal caso soubesse que causa impacto para a sociedade, meio ambiente e próximas gerações?

Você acha que ao comprar produtos você está prejudicando ou causando risco para as outras pessoas? Mesmo que sem intenção ou em pequeno grau?

O fato de comprar produtos no comércio informal oferece ameaça a dignidade e o bem-estar das outras pessoas?

Você analisa as consequências positivas e negativas para si mesmo e para as outras pessoas antes de comprar?

Em qual situação você deixaria de comprar no comércio informal?

Bloco 2 - Caracterização do entrevistado

Qual a sua formação escolar?

Atualmente está trabalhando?

Qual a sua profissão?

Qual a sua renda salarial mensal, escolha entre as opções que citarei?

De 678,00 a R\$ 2.034,00

De R\$ 2.035 a R\$ 4.068,00

De R\$ 4.069,00 a R\$ 6.102,00

Acima de R\$ 6.103,00

Qual o seu estado civil?

Em qual cidade que você reside?

Em qual cidade você trabalha?

Qual é a sua idade?

APÊNDICE B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE

Tema da Pesquisa: O comportamento do consumidor na economia informal do Grande ABC paulista.

Pesquisadora responsável: Rita de Cássia de Andrade Ferreira – RG: [REDACTED].575-1.

Professor orientador: Dr. José Alberto Carvalho dos Santos Claro

Instituição: Universidade Metodista de São Paulo – UMESP – Programa de Pós-Graduação em Administração

Telefone: (11) [REDACTED]2199 E-mail: ferreira.ritaca@gmail.com

Convidamos você a participar, de forma totalmente voluntária, da pesquisa científica, cujo objetivo é identificar e analisar os fatores influenciadores do comportamento do consumidor de produtos adquiridos na economia informal do Grande ABC Paulista. Nesta pesquisa, você é convidado a compartilhar as suas percepções, acerca da temática abordada, por meio de entrevista semiestruturada.

Antes de concordar em participar desta pesquisa, é muito importante que você compreenda as informações e instruções contidas neste documento. E, antes que você decida participar, a pesquisadora deve esclarecer todas as suas dúvidas. Você tem o direito de desistir de participar da pesquisa a qualquer momento, sem nenhum ônus.

A sua participação, neste estudo, é espontânea e não acarretará nenhum desconforto ou riscos para a sua vida, nem represálias por parte da pesquisadora ou qualquer outro sujeito envolvido na pesquisa. As informações fornecidas por você serão tratadas como confidenciais, de forma que você não será identificado(a) em nenhum momento, mesmo quando os resultados da pesquisa forem divulgados em qualquer forma. Desta forma, haverá total sigilo acerca de suas respostas às perguntas e ao diálogo ocorrido na entrevista, visto que, os dados da pesquisa serão analisados de forma coletiva e individual.

É garantido a você tomar conhecimento e obter informações, a qualquer tempo, dos procedimentos e métodos utilizados, neste estudo, bem como dos resultados parciais e finais desta pesquisa. Para tanto, a pesquisadora responsável poderá ser contatada a qualquer momento. E, a pesquisa será divulgada no site da biblioteca da Universidade Metodista de São Paulo, bem como também no portal da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, para socialização dos resultados da pesquisa.

Como a sua participação na pesquisa não implica em custos, despesas, danos ou represálias, não estão previstas formas de ressarcimento nem de indenização. Como o estudo não inclui, em seus procedimentos, nenhum tipo de tratamento, não estão igualmente previstos acompanhamentos e assistência.

Eu _____, portador(a) da carteira de identidade RG nº _____, declaro que obtive todas as informações necessárias e esclarecimentos quanto às dúvidas por mim apresentadas e, por concordar em participar da pesquisa “Estudo exploratório sobre o comportamento do consumidor na economia informal do Grande ABC paulista”, assino o presente documento em 02 (duas) vias de igual teor e forma, ficando uma via em minha posse.

Autorizo gravar a entrevista.

Não autorizo gravações de qualquer tipo.

_____, de _____ de 2013.

Participante da Pesquisa

Eu, Rita de Cássia de Andrade Ferreira, pesquisadora responsável pelo estudo, zelarei para que todos os procedimentos aqui descritos sejam cumpridos integralmente.

Participante da Pesquisa

APÊNDICE C – Transcrição das entrevistas

Entrevista 1

Data: 12 de junho de 2013

Local: Instituto Metodista de Ensino Superior

Rua do Sacramento, 230 – Rudge Ramos – São Bernardo do Campo / SP.

1	Entrevistadora: Considere que sempre que eu mencionar a palavra produtos eu
2	estarei me referindo a um ou mais dos seguintes produtos: <i>CDS, DVDS</i> , equipamentos
3	eletrônicos, <i>softwares</i> , roupas, bolsas, calçados, acessórios que seriam relógios,
4	colares, anéis, pulseiras, cintos e etc., brinquedos e/ou utensílios domésticos. [tá] E,
5	pra responder as perguntas considere apenas o comércio informal que é para efeito
6	desse estudo composto por camelôs, marreteiros e/ou vendedores ambulantes. [certo]
7	Então, primeiramente eu agradeço a sua participação na entrevista né, você está
8	contribuindo pra comunidade acadêmica respondendo essas perguntas. Vamos
9	começar? [sim]
10	Entrevistadora: (+) O que leva você a consumir produtos da economia informal?
11	Entrevistada n°1: O preço mais baixo.
12	Entrevistadora: E, quais são as desvantagens de consumir os produtos da economia
13	informal?
14	Entrevistada n°1: Não ter garantia, né. O produto ah ser inferior uma qualidade
15	inferior né que eu acho que pesa mais, mas pela questão do custo ser menor né, então
16	por isso que a gente acaba mais/ comprando porque é mais barato né.
17	Entrevistadora: E, você geralmente compra perto da sua casa ou perto do seu
18	serviço?
19	Entrevistada n°1: É per/ tanto perto da minha casa, moro em São Caetano, mas às
20	vezes eu ando muito na Marechal lá no centro de São Bernardo, então os dois locais
21	mais que eu acabo indo, não chego a ir longe São Paulo, Brás, essas coisas aí eu
22	acabo não indo, eu vou mais próximo de casa mesmo.
23	Entrevistadora: Tá, então você não efetua compras em outras cidades, geralmente é
24	mais na região onde você trabalha e...
25	Entrevistada n°1: [isso, é].
26	Entrevistadora: E, como você avalia a segurança do local onde você compra e da
27	região num sentido geral assim?
28	Entrevistada n°1: Olha segurança assim, num é/ a gente não tem em qualquer lugar
29	independente se é um lugar mais público do que uma região melhor favorecida né.
30	Mas, eu procuro ir, vamos dizer, em locais mais movimentados não locais afastados,
31	então né sempre tem um comércio de, de pessoas andando, bastante circulação de
32	pessoas em horários ah de dia né. Não vou nesses locais a noite, quando começa
33	escurecer eu já, já não vou.
34	Entrevistadora: E, quando você pensa em comércio informal o que te vem na cabeça
35	assim?
36	Entrevistada n°1: Que não é/ que eles não têm nenhum registro né, é tudo
37	clandestino né. Então você não tem uma nota fiscal, você não tem nada disso né.

38	Então não é uma empresa aberta oficialmente né. [entendi] é realmente uma coisa
39	informal.
40	Entrevistadora: E, assim, causa algum receio de fazer esse tipo de compra? Você
41	tem alguma preocupação em relação à qualidade do produto à segurança dele?
42	Entrevistada nº1: Sim. Receio a gente tem por/pela questão de não ter a garantia né
43	dos produtos que você acaba comprando, não tem uma nota fiscal a garantia dada lá
44	pelo vendedor até sei lá no máximo, sei lá três meses de um determinado produto.
45	Então você não tem uma garantia e você sabe, você acaba comp/ é... é uma coisa
46	ilusória você sabe que vai comprar uma coisa que daqui um tempo aquilo vai acabar
47	quebrando porque ela é inferior né. Mas, pela questão do custo (+) e do consumo fácil
48	você acaba adquirindo né.
49	Entrevistadora: E, assim quando você decide comprar quais fatores você leva em
50	consideração, né? Como que você avalia a compra? O que faz com que você compre?
51	Quando você está escolhendo o que você avalia pra comprar?
52	Entrevistada nº1: O menor preço. Sempre o menor preço. A gente não vai pela
53	qualidade porque esses produtos informais raramente tem qualidade, você vai pelo
54	menor preço.
55	
56	Entrevistadora: Tá. E, assim qual frequência que você faz essas compras?
57	Entrevistada nº1: (+) ah, que aí varia né. É::é:: CDs essas coisas sei lá, uma vez no
58	mês. Vamos colocar uma vez no mês, né. A gente depois que recebe o pagamento aí a
59	gente acaba saindo aí uma vez no mês pra fazer tudo essas compras, né.
60	Entrevistadora: E, a forma de pagamento como que funciona?
61	Entrevistada nº1: Olha depende, se é uma coisa é uma coisa baratinha você acaba
62	pagando né em dinheiro, se é uma coisa mais cara você passa ou débito ou cartão de
63	crédito né.
64	Entrevistadora: Tá e aí no caso você geralmente paga a vista ou paga a prazo
65	também?
66	Entrevistada nº1: (+) Acabo pagando a vista. Porque até nesses/, dependendo o que
67	é eles não aceitam até parcelar, depende do que você vai comprar né. Então eu não
68	costumo comprar coisas caras, então vou comprar um CD, DVD, essas coisas eles não
69	vão fazer parcelado né. Só a vista no máximo num débito, né.
70	Entrevistadora: E, no seu meio familiar, de trabalho, de amigos é comum a compra
71	de produtos na [ah sim] economia informal? [É sim é comum.] As pessoas
72	geralmente.
73	Entrevistada nº1: Pra todo mundo né. Pela questão do custo né. Dificilmente você vê
74	alguém comprando um CD ou DVD original que o preço que é exorbitante né o
75	original. Então as pessoas vão pelo pirata mesmo.
76	Entrevistadora: O que você pensa sobre esse tipo de comércio?
77	Entrevistada nº1: Olha eu acho que assim, deveriam regularizar a situação. É:: que a
78	gente entende que os impostos que são cobrados são muito altos, por isso que as
79	pessoas não conseguem ter as suas empresas abertas, então por isso eu acho que
80	deveria regularizar todo mundo, mas as pessoas não conseguem pelo custo, a
81	burocracia né que tem pra você abrir um comércio e o gasto que você tem com

82	empregados, tudo isso né.
83	Entrevistadora: E, o que as outras pessoas pensam de maneira geral?
84	Entrevistada nº1: Acredito que a mesma coisa né.
85	Entrevistadora: E, você já ouviu ou leu em jornais, rádio, televisão algo sobre o
86	comércio informal? Você pode citar algum exemplo.
87	Entrevistada nº1: Ah sim, você vê diariamente que a polícia vai, lá no centro de São
88	Paulo, e tira os camelôs. Recentemente acho que aquela feirinha do Brás eles iam
89	fechar, a feirinha da madrugada se não me engano, eles iam fechar pela questão do
90	ponto lá, que é risco né de assaltos. Então isso se vê diariamente né na televisão.
91	Entrevistadora: E, quando os produtos que você compra apresentam algum
92	problema, como você trata essa questão com o fornecedor?
93	Entrevistada nº1: Jogo no lixo. Porque não adianta você ir porque eles não vão
94	trocar. Você sabe você vai comprar uma coisa se deu problema deu defeito, aquilo
95	vai pro lixo porque raramente você vai conseguir trocar um produto pirata né.
96	Entrevistadora: E, como você descarta esses produtos, você joga no lixo
97	convencional, você faz alguma reciclagem?
98	Entrevistada nº1: Então no caso, ah::: vamos supor, <i>CD, DVD</i> essas coisas ah::: eu
99	deixo assim, em sacos de lixo e em São Caetano a::: a gente tem locais assim
100	específicos pra, assim lixos reciclados né. Então meu marido pega vai, leva o que é
101	vidro, vidro então a gente deixa separado no quintal e ele vai e descarta.
102	Entrevistadora: Tá, então esses produtos acabam sendo reciclados de alguma forma?
103	Entrevistada nº1: É, entendo que sim. A gente vai e leva pros descartes corretos, aí
104	dali a prefeitura se ela leva pro local certo aí eu já não sei, mas a gente leva onde tem
105	as coletas de de recicláveis.
106	Entrevistadora: E, considerando a sociedade de maneira geral, a igreja, o governo,
107	as empresas, as comunidades locais. Na sua opinião, há algum problema comprar
108	produtos adquiridos no comércio informal?
109	Entrevistada nº1: (+) Peraí como que é a pergunta?
110	Entrevistadora: Considerando a sociedade de maneira geral, [ah] igreja, governo,
111	empresas, as comunidades locais. Em sua opinião há algum problema comprar
112	produtos adquiridos no comércio informal?
113	Entrevistada nº1: Na realidade assim. en::tendo que todo mundo, é raramente que
114	uma pessoa que vai compra um produto original. É errado? É. Lógico que é, todo
115	mundo sabe, o governo incentiva que você não compre coisas piratas, porque sabe
116	que o negócio não é bom, vai estragar, mas a gente acaba comprando. Pelo custo
117	baixo sempre a gente vai comprar. É raramente alguém que não vai fazer isso. Então
118	é errado, é. Mas todo mundo faz né.
119	Entrevistadora: E, você acha que os produtos vendidos no comércio informal né, o
120	fato deles serem vendidos no comércio informal prejudica o meio ambiente?
121	Entrevistada nº1: Ah eu acho que sim né. Eles não têm qualidade, não é passado por
122	um controle de qualidade, como a gente vê em televisão que eles fazem ah::: testes
123	né, com com produtos que passaram pelo controle de qualidade e esses aí não tem

124	qualidade alguma né. Tem riscos de vida pras crianças e ao meio ambiente, isso tem.
125	Entrevistadora: E, pras próximas gerações? Considerando e projetando o futuro,
126	127 você acha que o comércio informal ele pre/ [vai continuar?] ele prejudica ele
127	128 prejudica as próximas gerações? Comércio atual de hoje, ele [sim] prejudica as
128	129 pessoas no futuro?
129	Entrevistada nº1: Ah sim, pela uma questão de de vai prejudicar o meio ambiente
130	131 então isso vir/a acaba virando uma bola de neve. Infelizmente a gente tem
131	consciência, mas acaba virando.
132	Entrevistadora: E, você sabe a origem dos produtos vendidos no comércio informal?
133	Entrevistada nº1: Da onde eles vem? Muita coisa vem lá <i>made in</i> China, mas a gente
134	135 não sabe nem se vem da China ou se é feito numa loji/, num quartinho no Brás que a
135	136 gente vê que vários locais são estourados aí com pessoas que são mantidas quase que
136	137 em regime de escravidão né. Fazendo confecções aí que você compra uma blusa que
137	138 eles pagam cinquenta centavos lá pra pessoa costurar aquela roupa, né. Você não sabe
138	139 que aquela roupa só tem aquela etiqueta, dizendo que vem de fora do país, que eu
139	duvido, eu acho que é coisa nossa ou interna ou vem lá de Tai:::Taiwan ou não sei.
140	Entrevistadora: E, isso lhe causa alguma preocupação?
141	Entrevistada nº1: (+) Olha você acaba não pensando nisso. Você não pensa.
142	Entrevistadora: E, você deixaria de comprar um produto no comércio informal se
143	144 você soubesse que ele causa impacto na sociedade, no meio ambiente, pras próximas
144	145 gerações?
145	Entrevistada nº1: Olha sinceramente, o certo seria eu falar que pararia de comprar,
146	147 mas não é a verdade. Porque se os produtos bons fossem vendidos em preços
147	148 razoáveis, nós não compraríamos né. Só que infelizmente não é essa a nossa
148	149 realidade. Então eu, mesmo sabendo, a gente sabe o que quê isso prejudica em algum
149	momento, mas eu continuaria comprando.
150	Entrevistadora: E, você acha que ao comprar os produtos no comércio informal você
151	152 está prejudicando ou causando riscos pras outras pessoas?
152	Entrevistada nº1: (3,0) Olha causando risco? (1,5) E, cê fal/a risco vamos supor em
153	154 que sentido? Eu comprar um brinquedo pra minha filha e ela, sei lá, pôr na boca e
154	155 saiu [é] o olhinho do bichinho? [isso de maneira geral] sim. [risco pra pra/ o fato de
155	você comprar causa riscos pras outras pessoas] sim.
156	Entrevistadora: Você analisa as consequências positivas e negativas pra você e pra
157	158 outras pessoas antes de comprar os produtos no comércio informal?
158	Entrevistada nº1: Não. Você acaba comprando:::, principalmente mulher mais
159	160 compulsiva em compras. Então você compra porque você gostou, você achou
160	bonitinho, você achou que o preço tá bom, mas eu não faço essa análise não.
161	Entrevistadora: E, qual a situação você deixaria de comprar no comércio informal?
162	Entrevistada nº1: Só deixaria se o preço do informal fosse o mesmo do, dum
163	163 produto original. Aí logicamente que eu não compraria.
164	Entrevistadora: E, quais tipos de produtos que você mais compra no comércio
165	165 informal?

166	Entrevistada nº1: Mais roupa. Acabo comprando mais roupa (+) <i>DVDS, CDS</i> um ou
167	outro, mas acabo comprando mais roupa, né.
168	Entrevistadora: Legal. Eu vou fazer agora umas perguntas de aspectos mais pessoais
169	que se refere a sua formação escolar. E, aí eu queria saber, qual é a sua formação
170	escolar?
171	Entrevistada nº1: Segundo grau completo.
172	Entrevistadora: E, se você atualmente está trabalhando?
173	Entrevistada nº1: Sim.
174	Entrevistadora: Qual que é a sua profissão?
175	Entrevistada nº1: Eu sou auxiliar de coordenação.
176	Entrevistadora: E, qual que é a sua renda mensal. Eu vou falar algumas faixas e
177	você fala pra mim [tá] em qual está dentro. De R\$678 a R\$2.034
178	Entrevistada nº1: [essa]
180	Entrevistadora: E, qual é o seu estado civil?
181	Entrevistada nº1: Casada.
182	Entrevistadora: Em que cidade você reside?
183	Entrevistada nº1: São Caetano do Sul.
184	Entrevistadora: E, você trabalha em qual cidade?
185	Entrevistada nº1: São Bernardo do Campo.
186	Entrevistadora: E, qual que é a sua idade?
187	Entrevistada nº1: 41.
188	Entrevistadora: Tá ótimo. Eu agradeço muito a sua participação, a colaboração. E, aí
189	se houver alguma outra dúvida que eu queira sanar eu posso te procurar
190	posteriormente [sim, sem problema]. E, essa entrevista estará disponível na íntegra no
191	trabalho, no entanto, você não será identificada né. E, aí caso você queira solucionar
192	alguma dúvida ou ver os resultados do trabalho, ele estará disponível na biblioteca
193	após a apresentação e aí, também se você quiser em algum momento desistir da
194	participação fique a vontade.
195	Entrevistada nº1: Não, tá ótimo.
196	Entrevistadora: Muito obrigada e eu agradeço em meu nome e em nome do meu
197	orientador.
198	Entrevistada nº1: Tá ótimo, estou a disposição.

Entrevista 2**Data:** 14 de junho de 2013**Local:** Instituto Metodista de Ensino Superior

Rua do Sacramento, 230 – Rudge Ramos – São Bernardo do Campo / SP.

1	Entrevistadora: Primeiramente eu quero agradecer a sua participação você esta
2	contribuindo para o desenvolvimento da pesquisa acadêmica. Eu vou começar
3	primeiro esclarecendo alguns pontos para que a gente possa dar andamento para a
4	entrevista. Considere que sempre que eu mencionar a palavra produtos eu estarei me
5	referindo a um ou dos mais seguintes produtos: <i>CDS</i> , <i>DVDS</i> , equipamentos
6	eletrônicos, <i>softwares</i> , roupas, bolsas, calçados, acessórios que no caso seriam
7	relógios, colares, anéis, pulseiras, cintos etc., brinquedos e/ou utensílios domésticos.
8	E, para responder as perguntas considere apenas o comércio informal que é para o
9	efeito desse estudo, composto por camelôs, marreteiros e/ou vendedores ambulantes.
10	Entrevistadora: Então a primeira pergunta é o que leva você a adquirir produtos no
11	comércio informal?
12	Entrevistada nº2: Primeiramente preço baixo né. A necessidade de comprar e:: aí
13	junta a necessidade e a falta de dinheiro você acaba optando por um preço baixo. (+)
14	Por isso eu compro e consumo no comércio informal.
15	Entrevistadora: E, no caso o preço então seria uma vantagem?
16	Entrevistada nº2: Sim.
17	Entrevistadora: E, a desvantagem?
18	Entrevistada nº2: A desvantagem muitas vezes é a qualidade. Porque (e) sempre que
19	você compra com preço baixo você tem uma qualidade, mas se aquele produto te
20	supre a necessidade momentaneamente é nele que você vai.
21	Entrevistadora: E, que tipo de produtos você compra?
22	Entrevistada nº2: Utensílios domésticos, roupas, <i>CDS</i> também principalmente <i>CDS</i> ,
23	<i>DVDS</i> . Então assim têm diversos/ diversas gamas. Se eu vejo que é um produto que
24	vou durar mais, preciso de uma durabilidade maior, eu procuro um:: algo de
25	qualidade. Mas senão/ que nem utensílios domésticos é o que eu mais compro no
26	mercado informal, talher, eh:: potinho, se precisa de vários potes e não tem como
27	você pagar num produto caro, quando tem uma marca muito conhecida que custa
28	numa bacia cem reais. Tá mais cem reais pra quem ganha um salário X pode
29	significar muito. Então eu não tenho, mesmo parcelando. Então você acaba optando
30	por uma de dez reais, sai o preço super mais em conta e você consegue utilizar por
31	alguns meses ou até anos se depender.
32	Entrevistadora: E, como decide o que comprar?
33	Entrevistada nº2: Como eu decido? Justamente por isso. Se eu/ se for o produto que
34	eu sei que eu vou precisar usar muito, constantemente, vai se desgastar rápido, então
35	eu, eu vou por uma qualidade, por exemplo, sapato, se eu vou usar direto eu não
36	posso comprar uma coisa com uma qualidade inferior porque eu sei que eu vou perder
37	logo. Então eu vou investir um pouco mais, porque eu vou ter um sapato mais/ agora
38	se é um sapato, vai um tênis só pra passear final de semana, pra fazer qualquer coisa,
39	aí eu compro mais informal mesmo. Porque eu vou usar de vez em quando, então eu
40	sei que eu vou usar, vou cuidar e por eu usar pouco vai durar mais. Então eu não me

41	importo com isso.
42	Entrevistadora: Então você decide o que comprar no comércio informal dependendo
43	da durabilidade do produto [isso] e quando você vai utilizar ele?
44	Entrevistada n°2: isso
45	Entrevistadora: O local onde você geralmente faz as suas compras está situado
46	próximo de sua residência ou ao seu local de trabalho?
47	Entrevistada n°2: Atualmente local de trabalho, mas se for num período de férias eu
48	vou buscar próximo da minha residência ou no centro da cidade que é onde você
49	encontra diversas variedades, então você acaba tendo a opção de escolher.
50	Entrevistadora: Então você compra em outra cidade também, além da cidade onde
51	você mora e trabalha?
52	Entrevistada n°2: Sim. Se eu tiver no local e posso ir/ se o preço me atrair eu vou
53	pra outra cidade.
54	Entrevistadora: E, qual cidade você geralmente você vai?
55	Entrevistada n°2: A mais próxima, Santo André. Tem o calçadão, tem. É a mais
56	próxima assim.
57	Entrevistadora: E, como você avalia a segurança do local ou da região que você
58	compra no comércio informal?
59	Entrevistada n°2: Olha não tem muita segurança. Porque assim são lojas de rua,
60	então estão sujeitas a qualquer um passar e te roubar. Dentro da loja até pode haver
61	uma pequena segurança, mas é uma coisa que você sai de uma loja vai pra outra, sai
62	de outra vai pra outra, conforme você vai andando na rua em si não tem muita
63	segurança. Se bem que é assim, é muito difícil escutar algum tipo de roubo nessas
64	ruas, entendeu, mas a gente sabe que até chegar um policial vai demorar um certo
65	tempo.
66	Entrevistadora: E, o atendimento na barraquinha, no camelô como é que é?
67	Entrevistada n°2: Olha o atendimento acaba às vezes sendo até melhor, do que em
68	muitas lojas. Por quê? Porque quando você vai buscar, comprar em comércio
69	informal são pessoas mais humildes que estão lá pra atender que também precisam
70	trabalhar e essas pessoas elas tem um comportamento acolhedor. Então ela conversa,
71	ela procura saber da sua necessidade e ele vai conversando. Tem um atendimento
72	assim melhor. Já no local que/ quando você vai numa loja que tá mais formalizado, já
73	não tem tanto essa atenção com você na hora da compra. E, isso faz a diferença
74	também.
75	Entrevistadora: E, o preço como que você avalia?
76	Entrevistada n°2: Comparando mesmo de uma loja pra outra, se está cara, ah aquela
77	tá mais barata do que aquela, mas esse produto é um pouco melhor. Então geralmente
78	eu costumo fazer uma pequena pesquisa nem que for em dois ou três lugares pra
79	poder verificar se o preço está bom ou não.
80	Entrevistadora: Mas você acha que o comércio informal oferece preços mais
81	competitivos?
82	Entrevistada n°2: Muito mais competitivos, muito mais.

83	Entrevistadora: E, você efetua suas compras à vista ou a prazo, e paga em dinheiro,
84	cartão?
85	Entrevistada nº2: Geralmente é cartão de débito né. Eu não costumo usar muito
86	cartão de crédito nesses locais não, até porque o cartão de crédito eu opino por
87	comprar coisas grandes e parceladas, né então/.
88	Entrevistadora: E, com que frequência você faz as compras no comércio informal?
89	E, quanto você gasta mais ou menos por mês?
90	Entrevistada nº2: Nossa! Eu estou sempre comprando alguma coisa isso é fato. Um
91	lenço, às vezes, você precisa de um lenço pra compor seu visual, então assim se você
92	vai numa loja formal, custa quarenta reais, um exemplo, você vai no comércio
93	informal tá dez reais então você quer andar um pouco mais arrumada, você vai e
94	busca isso, entendeu. Então todo mês eu sempre compro alguma coisinha ou outra,
95	sempre. Até em questão de comida, não sei se tá na pesquisa, mas também tenho
96	consumido assim. Todo mês eu não sei exatamente o valor que eu gasto com essas
97	coisinhas, mas pelo menos uns cinquenta reais no comércio informal eu gasto.
98	Entrevistadora: E, no seu meio familiar, de trabalho, de amigos é comum a compra
99	de produtos no comércio informal?
100	Entrevistada nº2: Sim. Porque geralmente as pessoas, principalmente minha família
101	compartilha do mesmo pensamento que o meu. Se for uma coisa que você precisa por
102	muito tempo, então você busca uma coisa com mais qualidade, se for pra suprir sua
103	necessidade momentânea então você busca o comércio informal.
104	Entrevistadora: E, quando a gente fala comércio informal o que quê vem na sua
105	mente? Qual a primeira imagem assim que vem assim na sua mente?
106	Entrevistada nº2: Bem, ah::: barraquinhas mesmo de camelô. Como eu nasci aqui
107	em/ eu não nasci em São Bernardo, mas eu fui criada em São Bernardo, tem a praça
108	Lauro Gomes que é o ponto. Então, ali tem algumas lojas que a gente já sabe que está
109	mais formalizado, porque, quando eu comecei a entender mesmo, era muito informal,
110	hoje está mais formal. Porém, tem sempre em volta aquelas lojinhas também, os
111	camelôs em volta, então a gente vai vai ali, e ali a gente vai pesquisando e vai
112	consumindo então me vem isso pequenas lojinhas lá ou camelô mesmo, que tá
113	passando na rua.
114	Entrevistadora: E, o que você pensa sobre o comércio informal?
115	Entrevistada nº2: Tem dois lados da moeda, eu sei que quando há o comércio
116	informal a gente acaba diminuindo empregos, de pessoas em fábricas, geração de
117	lucros, a parte de::: responsabilidade social, porque eles não tem essa visão, em uma
118	empresa maior que a gente acredita que tenha, (+) mas, é::: se a gente for comparar a
119	renda do brasileiro em/ assim falando de classe média baixa com produtos que a gente
120	realmente precisa é inevitável você não consumir no comércio informal, entendeu.
121	Você acaba querendo ou não, porque você precisa de mais de uma coisa, não dá pra
122	você escolher só vestir ou só comer. Você precisa se vestir e comer, então você tem
123	que dividir o pouco que você ganha pra suprir todas as necessidades e aí você parte
124	pro comércio informal.
125	Entrevistadora: E, as outras pessoas o que quê você acha que elas pensam?
126	Entrevistada nº2: Preço também. Eu acho que acaba caindo nessa/ porque a gente

127	escuta muito falar “não, mas eu vou pagar caro nisso daqui”. Então se você tem um
128	produto que custa cem reais como um fone de ouvido e no comércio informal ele tá
129	trinta, com certeza você vai pro comércio informal porque você pode comprar muito
130	mais.
131	Entrevistadora: E, quando esses produtos apresentam algum problema, como você
132	trata a situação com o fornecedor?
133	Entrevistada nº2: Já houve casos que assim, se der problema imediato eles
134	conseguem trocar. Então você vai na/ no local e eles trocam, se for problema
135	posterior já de alguns meses, a gente faz um descarte ou você acaba passando pra
136	alguém que conserta e assim vai, ele vai passando de mão em mão, faz doação, enfim
137	vai/ não joga diretamente no lixo mas vai passando, a gente descarta de uma certa
138	forma, passando adiante.
139	Entrevistadora: Então geralmente você passa adiante esses produtos. E, quando tem
140	que jogar no lixo mesmo, como você joga no lixo? Como você descarta esses
141	produtos?
142	Entrevistada nº2: Descarto no lixo normal mesmo. É que assim o que a gente
143	procura descartar é vidro, plástico, até separo essas coisas em casa, se for de plástico
144	ponho no lixo de plástico, se for papel assim em cada/ senão vai pro lixo comum e
145	pronto.
146	Entrevistadora: E, causa alguma preocupação esses produtos não serem reciclados?
147	Entrevistada nº2: (+) Por exemplo, tênis não tem como ser/ se tem como ser
148	reciclado eu ainda não sei, então assim, se rasgou não tem mais jeito, tá naquela
149	última situação que não dá pra passar adiante, vai pro lixo, entendeu.
150	Entrevistadora: Entendi. Mas, você fica preocupada se esse produto é reciclado ou
151	não? Ou, não te causa preocupação?
152	Entrevistada nº2: Um pouco só, depende mesmo/ assim a minha preocupação é na
153	hora de descartar. Ah é plástico, então vai pro lugar certo, ah é vidro, então vai pro
154	lugar certo. Mas, fora isso a gente entende que, se eu jogar no lugar certo aí as outras
155	pessoas também deveriam estar agindo dessa forma, né.
156	Entrevistadora: E, você se sente segura no que se refere à qualidade do produto?
157	Entrevistada nº2: (+) Não. Por isso que eu uso esse critério, porque eu sei que como
158	a qualidade é baixa, então, eu sei que em breve eu vou perder, por isso que quando eu
159	preciso de uma coisa que dura mais, aí eu compro um produto no comércio formal
160	mesmo.
161	Entrevistadora: E, você já ouviu ou leu em jornais, rádio, televisão ou internet algo
162	sobre o comércio informal? Cite algum exemplo pra mim.
163	Entrevistada nº2: Olha de primeiro momento eu não lembro né. (+) Algo que foi/
164	bem é o que eu lembro assim que teve muito foi a::: galeria Pagé, se não me engano,
165	teve um acontecimento, então é o que eu mais escutei assim falar, mas de restante. É
166	difícil né, Por quê? Nas rádios, na televisão assim passa mais quem é comércio formal
167	que tem verba pra bancar uma produção, quando você escuta comércio informal
168	geralmente você vai ouvir em reportagem que vai falar mal, então, você não escuta o
169	lado positivo na mídia do comércio informal.

170	Entrevistadora: E, considerando a sociedade de maneira geral, igreja, governo,
171	empresas, comunidades locais. Em sua opinião, há algum problema comprar produtos
172	no comércio informal?
173	Entrevistada nº2: Olha eu acredito que quem tem uma empresa e leva a sério, não
174	compraria devido ah::: a o comércio/ a nota fiscal. Produtos sem procedência. Então,
175	eu acredito que eles não deveriam consumir. Mas, da mesma forma eu acredito que
176	eles consomem sim. Então, eles não têm tanta preocupação assim não. Acho que o
177	que pode/ quando se precisa pra comprovar da onde veio, as pessoas buscam o
178	comércio formal. Por quê? Porque emite uma nota fiscal e aí eles vão fazer um
179	comprovante. Fora isso, provavelmente iriam pro comércio informal também.
180	Entrevistadora: E, a compra no comércio informal prejudica o meio ambiente e as
181	próximas gerações?
182	Entrevistada nº2: Eu acredito que tem o mesmo impacto de uma empresa formal,
183	porque são produtos que se não descartados de forma correta vai ter um impacto,
184	entendeu. O que acaba gerando, como é um preço menor, sai muito mais a quantidade
185	é maior, mas a::: também a quantidade que a gente consome, entendeu, então acho
186	que o impacto é igual de um comércio formal. Deve ter a mesma representabilidade.
187	Entrevistadora: E, você sabe a origem dos produtos vendidos no comércio informal?
188	Entrevistada nº2: Não. ((risos)) Male má vem um <i>made in</i> China escrito, mas a
189	gente não sabe se vem do Paraguai ou aonde é que é foi feito, né. Mas, a origem em si
190	não.
191	Entrevistadora: E, como eles são fabricados? Você sabe?
192	Entrevistada nº2: Então a gente/ é::: agora você tá me falando o que eu falei só vê a
193	parte ruim da imagem / a gente vê muito é:::, pessoas que são traficadas talvez pra
194	trabalhar no comércio informal, então, tem roupas que são produzidas e que:: talvez
195	as pessoas lá do Chile venham pra cá trabalhar e ganham cinquenta centavos por cada
196	roupa que fabrique. Então, assim tem toda essa questão da responsabilidade social
197	que o comércio informal não tem. Mas, é o que eu falo, a gente busca também
198	suprimir as nossas/ eu pelo menos, suprir as minhas necessidades. Se eu preciso de
199	algo e não dá pra comprar no comércio formal porque está caro, eu vou pro comércio
200	informal e nem pensando na parte social, da responsabilidade social ou sustentável.
201	Entrevistadora: Então, você deixaria de comprar um produto no comércio informal
202	caso você soubesse que causa impacto pra sociedade, pro meio ambiente, pra
203	próximas gerações?
204	Entrevistada nº2: Eu deixaria de comprar se eu conseguisse no comércio formal com
205	o preço equiparado. Caso contrário eu não deixaria de comprar, porque:::, é o que eu
206	falei, a gente precisa suprir várias necessidades, de roupa, de alimentação, e às vezes,
207	mulher, mulher é pior ainda né, você tem que estar com uma imagem bonita, então
208	você tem que/ uma boa imagem hoje significa você estar com a unha feita, cabelo
209	cuidado, então tem tudo esses apetrechos que te envolvem pra você ser bem vista na
210	sociedade e qual que é a forma de você estar bem vista na sociedade, você usando
211	esses produtos informais. Caso contrário eu não conseguiria ter essa boa imagem na
212	sociedade, então eu não deixaria de comprar por causa disso pra poder manter.
213	Entrevistadora: E, você acha que ao comprar produtos prejudicando ou causando
214	riscos para outras pessoas? Mesmo sem intenção ou em pequeno grau?

215	Entrevistada n°2: Eu não sei se causando riscos, eu acho que nunca parei pra pensar
216	nisso, se causa algum tipo de risco. [ou prejudica?]. Então, tem a questão mesmo de
217	pessoas que eu sei que trabalham e ganham muito pouco por isso. Aí seria uma forma
218	de prejudicar, por quê? Porque querendo ou não a gente alimenta esse sistema que vai
219	continuar com pessoas assim. E, essas pessoas são querendo ou não escravizadas,
220	então de certa forma estou contribuindo pra escravidão dessa pessoa, mas eu não sei
221	se tem risco, de saúde alguma coisa, eu não tenho essa visão ainda.
222	Entrevistadora: E, você acha que o fato de comprar produtos no comércio informal
223	oferece ameaça a dignidade ou ao bem estar das outras pessoas?
224	Entrevistada n°2: (1,5) Só nesse ponto também, o restante eu acho que não. Porque
225	de certa forma tem uma pessoa ali que também tá trabalhando, tá ganhando por isso,
226	porque provavelmente não conseguiu um emprego melhor então é a forma dela
227	ganhar dinheiro.
228	Entrevistadora: E, você analisa as consequências positivas e negativas pra você
229	mesma ou para as outras pessoas antes de comprar no comércio informal?
230	Entrevistada n°2: Não.
231	Entrevistadora: Em qual situação você deixaria de comprar no comércio informal?
232	Entrevistada n°2: Se eu soubesse, por exemplo, é:: que assim é pra tráfico de drogas
233	e principalmente crianças, né, criança acho que é muito::/, assim, alimento aqui na
234	pesquisa não entra, mas principalmente essa parte de alimento, comprar bala, essas
235	coisas eu não compro. Não compro de forma alguma, porque eu sei que estão usando
236	e explorando crianças, entendeu.
237	Entrevistadora: Tá ótimo, eu já finalizei as minhas questões, você tem alguma
238	questão a colocar sobre o comércio informal?
239	Entrevistada n°2: Não, eu acho que já falei até demais ((risos)).
240	Entrevistadora: E, agora eu vou fazer algumas perguntas mais específicas sobre
241	você, e aí eu gostaria de saber qual é a sua formação escolar?
242	Entrevistada n°2: Eu sou especialista [em qual área?] na assessoria/ é:: tudo área
243	administrativa. Sou graduada em administração e especialista em assessoria gerencial.
244	Entrevistadora: E, se atualmente você está trabalhando?
245	Entrevistada n°2: Sim.
246	Entrevistadora: Qual que é a sua profissão?
247	Entrevistada n°2: Eu tenho duas no momento né, sou monitora a distância que eu
248	cuido da área administrativa de um curso, auxílio na verdade e sou docente também,
249	eu também ministro aulas.
250	Entrevistadora: E, qual que é a sua renda mensal, escolha entre as opções que eu
251	citarei:
252	De R\$678 a R\$2,034
253	De R\$2,035 a R\$4,068
254	De R\$4,069 a R\$6,102
255	e acima de R\$6,103
256	Entrevistada n°2: Acho que a primeira de dois mil e pouquinho. Tô em dúvida entre

257	os trinta e quatro/ aí, mas é em torno de dois mil e pouquinho.
258	Entrevistadora: De R\$678 a R\$2,034?
259	Entrevistada nº2: É, deve ser por aí.
260	Entrevistadora: E, qual é o seu estado civil?
261	Entrevistada nº2: Casada.
262	Entrevistadora: E, em que cidade você reside?
263	Entrevistada nº2: São Bernardo do Campo.
264	Entrevistadora: E, você trabalha em qual cidade?
265	Entrevistada nº2: Ah, São Bernardo do Campo. Também São Bernardo.
266	Entrevistadora: E, qual que é a sua idade?
267	Entrevistada nº2: 26.
268	Entrevistadora: Tá ótimo. Eu agradeço muito a sua participação. E, assim qualquer
269	dúvida que eu tiver na hora da transcrição do texto, dos dados, ou se houver alguma
270	pergunta que não ficou clara eu posso entrar em contato com você?
271	Entrevistada nº2: Pode. Por email, telefone.
272	Entrevistadora: Tá ok, muito obrigada mesmo. E, aí pesquisa vai ficar disponível na
273	biblioteca da Universidade Metodista caso você tenha alguma dúvida você pode
274	consultar, essa entrevista vai estar escrita na íntegra, no entanto, você não vai ser
275	identificada em nenhum momento. Tá ok?
276	Entrevistada nº2: Tá ok. [muito obrigada!]

Entrevista 3**Data:** 18 de junho de 2013**Local:** Instituto Metodista de Ensino Superior

Rua do Sacramento, 230 – Rudge Ramos – São Bernardo do Campo/SP.

1	Entrevistadora: Então, primeiramente eu quero agradecer a sua participação, você
2	esta contribuindo para o crescimento da pesquisa acadêmica. E::, pra iniciar eu vou é::
3	colocar alguns padrões pra que a gente possa dar andamento nas perguntas. Então,
4	considere que sempre que eu mencionar a palavra produtos, estarei me referindo a um
5	ou mais dos seguintes produtos: <i>CDS, DVDS</i> , equipamentos eletrônicos, <i>softwares</i> ,
6	roupas, bolsas, calçados, acessórios, que no caso esses acessórios seriam relógios,
7	colares, anéis, pulseiras, cintos etc., brinquedos e/ou utensílios domésticos. E, para
8	responder as perguntas considere apenas o comércio informal que para o efeito deste
9	estudo, é composto pelos camelôs, marreteiros e/ou vendedores ambulantes.
10	Entrevistadora: Então vamos a primeira pergunta: O que leva você a adquirir
11	produtos no comércio informal?
12	Entrevistada n°3: Facilidade, fácil acesso, porque eles estão/, por exemplo, eu ando
13	muito de metrô, então sempre têm eles na saída do metrô, vendendo tudo que você
14	possa imaginar desde alimento, até um lenço, um guarda-chuva, quando começa a
15	chover é incrível como eles aparecem rapidamente com os guarda-chuvas. Então, é
16	muito fácil você não tem que ir até tal lugar porque eles estão sempre nos pontos de
17	tráfego, eles estão sempre ali próximos.
18	Entrevistadora: E, quais são as vantagens?
19	Entrevistada n°3: Eles eu acho que dão mais atenção pro cliente do que as próprias
20	lojas, porque hoje se você vai/ se eu compro um filme e o meu filme não funciona, no
21	ato da compra ele já fala, se não funcionar, se der algum problema você já traz eu te
22	troco e te dou outro. Então, você vai trocar pegar o seu e ainda vai ganhar um outro
23	por ter dado um problema lá no seu vídeo. Então, eles dão/ eles fazem uma
24	fidelização com o cliente acho que melhor sem a burocratização das lojas
25	convencionais.
26	Entrevistadora: E, quais são as desvantagens?
27	Entrevistada n°3: A desvantagem é de, às vezes, ele não tá lá, você perder o contato,
28	né, por exemplo, só aquele, aquele rapaz me dá a série tal e ele ir embora porque ele
29	não tem destino certo, nem sempre você encontra. Então, são essas desvantagens que
30	eu acho.
31	Entrevistadora: E, quais os produtos que geralmente você compra?
32	Entrevistada n°3: Eu compro mais filmes, lenços, eu compro muito lenços, comida,
33	eu geralmente compro com eles, fone, aparelho eletrônico assim essas coisas.
34	Entrevistadora: E, como você decide o que comprar?
35	Entrevistada n°3: Na necessidade, geralmente quando eu compro no camelô ou num
36	desses derivados é pro/ pra necessidade que apareceu ali na hora. A demanda da hora
37	daí eu já/
38	Entrevistadora: E, o lugar onde você geralmente faz as suas compras está situado
39	próximo da sua residência ou ao seu local de trabalho?

40	Entrevistada n°3: Local de trabalho e estudo.
41	Entrevistadora: E, você efetua compras no comércio informal de outra cidade?
42	Entrevistada n°3: Sim né. Porque com eu transito entre Santo André, São Bernardo e
43	São Paulo, mais Santo André e São Paulo.
44	Entrevistadora: Como você avalia a segurança do local ou da região onde você faz
45	as suas compras?
46	Entrevistada n°3: Na verdade eu nunca nem parei pra pensar nisso, mas no/ lá, por
47	exemplo, lá perto do metrô eles tem uma base lá da polícia, eles nunca interceptaram
48	os camelôs, nunca fizeram eles saírem de lá, é super/ é até muito assim tranquilo e
49	tem uma, vai uma grande quantidade de pessoas vamos dizer assim. Então, eu não
50	costumo ir lugar muito afastado, aquele mais isolado, mas lá são várias pessoas
51	vendendo juntas então você sente uma confiança maior assim de estar ali.
52	Entrevistadora: E, com qual frequência você efetua esse tipo de compra?
53	Entrevistada n°3: Acho que uma vez na semana.
54	Entrevistadora: E, o valor aproximado, quanto você gasta mensalmente?
55	Entrevistada n°3: Acho que uns trinta reais.
56	Entrevistadora: E, como você efetua as suas compras à vista, a prazo? Como que
57	você faz pagamento?
58	Entrevistada n°3: À vista. À vista.
59	Entrevistadora: E, no caso é em dinheiro, cheque ou cartão?
60	Entrevistada n°3: Em Santo André é mais em dinheiro, mas lá em São Paulo mais no
61	cartão porque eles já têm a maquininha também.
62	Entrevistadora: E, como você avalia os preços no comércio informal?
63	Entrevistada n°3: Bem melhor, bem mais acessível do que no shopping mesmo e o
64	produto as ve/ muitas vezes condiz com o valor que você tá levando, só não tem um
65	valor um pouco mai/ maior porque não tá dentro de uma galeria, de um local assim
66	específico.
67	Entrevistadora: E, no seu meio familiar, de trabalho, de amigos é comum a compra
68	de produtos no comércio informal?
69	Entrevistada n°3: É comum, comum.
70	Entrevistadora: Quando a gente fala de comércio informal o que vem na sua mente?
71	Entrevistada n°3: Ah a princípio vem o camelô, a barraquinha de rua ou essas
72	barraquinhas que hoje em dia tem dentro dos/, dentro não nas, na periferia dos
73	terminais essas barracas que hoje em dia já são até mais organizadas visualmente
74	falando, mas é o que vem assim a princípio.
75	Entrevistadora: E, o que você pensa sobre esse tipo de comércio?
76	Entrevistada n°3: Eu acho que é bom, que eu acho que movimenta até o comércio da
77	região, movimenta bares porque por ter algo ali do lado já, então ele já/ acho que ele é
78	meio que um parasita do público do outro, né. Aí vai gerando outras coisas e outras
79	possibilidades eu acho bom, só acho negativo quando eles ocupam espaços que

80	visivelmente você vai falar assim, não daria pra eles ficarem aqui no centro, então eles
81	estão atrapalhando os outros, isso eu acho negativo assim. Eu acho que tinha que ter
82	uma, uma formalização de repente porque aí ia ficar, não ia ser mais informal, né.
83	Mas, uma fiscalização porque eu sei que há fiscalização que eles pagam lá uma
84	propina pra ficar nos lugares que eles ficam muitas vezes, mas eu/ alguns eu acho que
85	deveria ser extinto mesmo, ter esse bom senso ‘— olha aqui não dá pra ficar porque eu
86	realmente eu atrapalho, eu acabo atrapalhando’. Porque, às vezes, o emprego é o
87	contrário você fica com raiva do vendedor ambulante, do produto dele porque ele tá
88	num local que ele tá atrapalhando todo, toda, toda a transação ali.
89	Entrevistadora: E, o que você acha que as outras pessoas pensam?
90	Entrevistada n°3: Eu acho que as pessoas num geral gostam, gostam porque todo
91	compra, todo mundo indica: “— Ai eu comprei essa bolsa em tal lugar. — Ah você
92	vai passar lá? Compra pra mim”. É muito normal isso, acho que a gente acaba
93	ajudando a gente vira um subvendedor deles.
94	Entrevistadora: E, você já ouviu ou leu em jornais, rádio, televisão ou internet algo
95	sobre o comércio informal, que você possa citar algum exemplo pra mim?
96	Entrevistada n°3: Ah o que eu vejo muito em jornal é as ações que eles fazem pra
97	retirada, né. Ou, quando eles/ em Santo André a pouco tempo nós passamos por uma
98	revitalização de uma área eles chamaram ela de <i>Boulevard</i> fica embaixo do viaduto e
99	eles de certa forma organizaram os ambulantes que tinha ali naquela região e
100	colocaram eles em barraquinha/ tiraram eles da informalidade, mas muitos
101	reclamaram porque eles tinham que pagar uma certa taxa pra ficar lá, então muitas
102	lojinhas fecharam, ali, acabou não sendo mais viável.
103	Entrevistadora: E, quando os produtos do comércio informal apresentam algum
104	problema como você resolve isso junto ao vendedor?
105	Entrevistada n°3: Ah você já vai/ eu vou e falo olha aconteceu isso eles/ tem uns que
106	nem olham e já te dá um outro produto isso é bem mais tranquilo.
107	Entrevistadora: Então você se sente segura em relação à qualidade no produto?
108	Entrevistada n°3: Sim, sim. É um negócio que você pode, não tem assim “ai meu
109	Deus se eu não for em três dias eles não vão”/ não você vai e fala, olha eu comprei
110	aqui ah tá bom. E troca. [então é fácil assim?]. É fácil.
111	Entrevistadora: E, como você descarta os produtos e as embalagens após o uso?
112	Entrevistada n°3: Os produtos? Ah os eletrônicos, em casa, é difícil descartar porque
113	a gente vai passando um pro outro, mas as embalagens no próprio no próprio/ por
114	exemplo, lá no <i>Boulevard</i> tem as:: lixeirinhas né. Quando não têm eu sempre guardo
115	na bolsa depois eu joga.
116	Entrevistadora: E, esses produtos podem ser reciclados e você faz algum tipo de
117	coleta seletiva em relação a eles? [os produtos?] Separa?
118	Entrevistada n°3: Bem, em casa, a gente tem uma separação. Quando eu guardo pra
119	jogar na minha casa daí eu já joga no lugar que a gente deixa reservado né, mas, em
120	outros lugares aí depende, depende se tem na rua aí cê pega os lixinhos separados e
121	joga.
122	Entrevistadora: E, causa alguma preocupação o fato desse produto não ser

123	reciclado? Quando você joga em lixo normal você fica/
124	Entrevistada nº3: Eu não gosto porque de tanto a gente ouvir falar disso da
125	reciclagem, dessa preocupação, então causa um desconforto como se ali naquele
126	momento eu tivesse sendo um indicador negativo.
127	Entrevistadora: E, você acha que a compra de produtos no comércio informal
128	prejudica o meio ambiente?
129	Entrevistada nº3: (+) Sim, sim e não. Eu acho que prejudica, às vezes, por conta
130	deles não terem essa estrutura bem formada, porque a gente já já cansou de ver eles
131	tirando vai vários <i>CDs</i> e jogando tudo no chão. Jogando no bueiro as capinhas que
132	eles não vão usar. Então/ mas, não dá pra generalizar, né, mas de certa forma
133	precisaria sim, receber uma formação:: melhor, eu não sei se de repente esses órgãos
134	que fazem o micro empreendedor, de repente, sei lá, algumas coisas mais acessíveis à
135	eles, pra eles terem um conhecimento que eles deixassem mais disponível o lugar do
136	descarte.
137	Entrevistadora: E, você acha que a compra de produtos no comércio informal
138	prejudica as próximas gerações?
139	Entrevistada nº3: Não. Eu acho que não. Mesmo porque eu acho que os jovens/ os
140	consumidores que estão se formando agora, eles são muito, como eu posso dizer
141	assim, muito exigentes, e eles querem vender uma marca, então, eu não sei se eles/ eu
142	não tenho tanto contato, mas, a impressão que eu tenho é que eles não compram tanto
143	no comércio informal como nós compramos. Porque, eles querem o <i>iPad</i> , mas eles
144	querem o <i>iPad</i> original, você cansa de ver gente andando de ônibus, mas com <i>tablet</i>
145	da <i>Apple</i> e tudo mais, então eu não sei qual que é esse valor, se eles tem, se o jovem
146	ainda tem vergonha de falar eu comprei no camelô, porque, por ser um pouco mais
147	velha pra mim geralmente é tranquilo isso, mas quando a gente é jovem a gente tem
148	umas/ uns mitos assim que a gente tenta encobertar né. Se sua mãe compra um
149	negócio no camelô você já não quer usar, o negócio é bonito é bom, mas por ser/ o
150	medo de alguém saber que foi adquirido lá.
151	Entrevistadora: E, você sabe a origem dos produtos vendidos no comércio informal?
152	Entrevistada nº3: Nem sempre, nem sempre. Eu sei que os lenços os produtos
153	eletrônicos geralmente quando eu olho vem da China, geralmente é China.
154	Entrevistadora: E, você sabe como os produtos vendidos no comércio informal são
155	fabricados e por quem?
156	Entrevistada nº3: Eu acredito que esses da China, é pela mão de obra de lá até de
157	imigrante porque vai muita gente pra lá, trabalhar nisso e acaba vindo pra cá por
158	navio aquele sem o imposto que eu acho que eu acho que eles estavam até tentando
159	barrar, não sei como ficou isso. Porque eles não pagam o imposto de nada e acaba
160	saindo mais barato ainda.
161	Entrevistadora: E, isso lhe causa alguma preocupação?
162	Entrevistada nº3: Quanto ao imposto sim, porque pra gente tirar um produto nosso
163	do Brasil e jogar pra fora é muito caro. Então, às vezes, eu entro assim até em site
164	mesmo, em site que não é, assim, vamos dizer assim, muito divulgado, sites muito
165	visíveis e você compra uma coisa demora quarenta dias pra chegar pra você, mas você
166	sabe que não vai pagar imposto nenhum daquilo e chega o negócio você fala nossa
167	que negócio bacana de couro, oh bem feito. Aí isso preocupa, porque você fica nossa

168	como é que o cara lá na China consegue mandar isso aqui pra mim e ele tá ganhando
169	bem por isso, porque a demanda deles é gigante então o custo deles deve ser mínimo
170	com isso e eu não consigo, se eu for comprar isso aqui vai ser muito maior. Então a
171	impressão que dá é assim que quanto mais você comprar no informal, mas ele vai
172	crescer e te dar uma certa acessibilidade até financeira e o formal ele vai ficar cada
173	vez mais seletivo. Vai ficar cada vez mais difícil.
174	Entrevistadora: E, você deixaria de comprar algum produto no comércio informal
175	caso você soubesse que causa impacto na sociedade, pro meio ambiente e pras
176	próximas gerações?
177	Entrevistada n°3: Sim. Acho que sim.
178	Entrevistadora: E, você acha que ao comprar produtos no comércio informal você
179	está prejudicando ou causando algum risco para as outras pessoas? Mesmo que sem
180	intenção ou em menor grau?
181	Entrevistada n°3: Acho que sim. Porque a gente não sabe como que eles adquirem
182	isso né, é muito raso o que a gente tem, às vezes, nem a pessoa sabe te falar da onde
183	veio, o que ela porque ela também tá ali trabalhando pra alguém.
184	Entrevistadora: E, você analisa as consequências positivas e negativas pra você
185	mesma e para as outras pessoas antes de comprar?
186	Entrevistada n°3: Pra falar a verdade não. Eu vou no impulso da compra mesmo.
187	Entrevistadora: E, o fato de comprar produtos no comércio informal oferece alguma
188	ameaça a dignidade e ao bem estar das outras pessoas?
189	Entrevistada n°3: Depende, né? Como a gente falou antes, a gente não sabe como
190	vem, da onde vem, se é produto de alguma coisa/ por exemplo, eu faço/ pratico
191	ciclismo eu sei que tem uma/ me falaram de uma loja que vendia <i>speed</i> bem mais
192	barata, muito bem mais barata, em São Caetano, aí a gente levantou a suspeita pô
193	mais será que não é <i>bike</i> roubada? Daí a gente foi ir atrás daí realmente não era de
194	bom proceder, mas assim até você ter essa/ é porque era um valor muito alto, então a
195	gente foi pesquisar que era muito estranho, era uma diferença muito grande. Mas, pra
196	valores pequenos, talvez a gente não tenha todo esse pensamento: será que isso foi
197	roubado? Será que tem criança trabalhando nisso? Então, você sinceramente, naquela
198	hora ali não paro pra pensar.
199	Entrevistadora: E, em qual situação você deixaria de comprar no comércio informal?
200	Entrevistada n°3: Acho que mau atendimento, deixaria de ir se tivesse. (+) Deixa eu
201	ver... Um preço muito elevado. E, má qualidade do produto.
202	Entrevistadora: Então você avalia que o produto no comércio informal ele oferece
203	uma qualidade que atende a sua expectativa?
204	Entrevistada n°3: Sim. É difícil, muito difícil ter algum problema, quando tem daí eu
205	consigo a troca, né. Porque quando você vai comprar produtos eletrônicos, você já
206	não vai na intenção de que o negócio vai durar muita coisa. Quando você vai comprar
207	num lugar assim, você já vai/ é como se você já soubesse que você está adquirindo
208	um bem provisório. Diferente quando/ por exemplo / acho que isso / não sei, talvez,
209	seja até um pensamento que foi incutido, quando você vai na loja e você compra você
210	sabe que você tem o::/ tem a garantia, então talvez você preste mais atenção no
211	funcionamento até pra cobrar a sua/ a tal da garantia. Mas, quando você comprar

212	informalmente até por você saber essa facilidade de trocar o produto se ele quebrar,
213	então acho que isso é mais tranquilo, é mais ou mesmo assim ah você comprou do
214	camelô, você queria que funcionasse, é mais ou menos isso.
215	Entrevistadora: Agora eu vou fazer algumas perguntas em relação a você pra que eu
216	possa trabalhar o perfil né. E, qual a seria a sua formação escolar?
217	Entrevistada n°3: A minha é graduação em farmácia. [tá mais já é concluído?] Já.
218	Entrevistadora: E, atualmente você está trabalhando?
219	Entrevistada n°3: Tô.
220	Entrevistadora: Qual que é a sua profissão?
221	Entrevistada n°3: Assistente administrativa.
222	Entrevistadora: E, qual que é a sua renda salarial mensal? Eu vou citar algumas
223	faixas e aí você me fala em qual que se enquadra né.
224	De R\$678 a R\$2,034.
225	De R\$2,035 a R\$4,068.[essa] Ok.
226	Entrevistadora: Qual que é o seu estado civil?
227	Entrevistada n°3: Solteira.
228	Entrevistadora: Em qual cidade você mora?
229	Entrevistada n°3: Santo André.
230	Entrevistadora: Em qual cidade você trabalha?
231	Entrevistada n°3: São Bernardo.
232	Entrevistadora: Qual que é a sua idade?
233	Entrevistada n°7: 29.
234	Entrevistadora: Tá ótimo. Eu agradeço muito a sua participação e informo que a
235	entrevista vai ser transcrita na íntegra, vai constar no trabalho, no entanto, em nenhum
236	momento você vai ser é:: referenciada né, em nenhum momento as pessoas saberão
237	que foi você que deu essa entrevista, e o trabalho ele vai estar disponível na biblioteca
238	depois da apresentação, da Universidade Metodista. Então caso você queira fazer uma
239	consulta ou tenha alguma dúvida em algum momento no transcórrer da pesquisa, você
240	pode me procurar e eu também queria saber se eu posso te procurar caso eu tenha
241	alguma dúvida em relação ao que a gente conversou?
242	Entrevistada n°3: Sim, pode sim.
243	Entrevistadora: Tá ok! Muito obrigada e qualquer coisa a gente se fala
244	posteriormente.
245	Entrevistada n°3: Tá jóia.

Entrevista 4**Data:** 18 de junho de 2013**Local:** Grand Plaza Shopping

Av. Industrial, 600 – Jardim – Santo André/SP.

1	Entrevistador: É:: primeiramente eu quero agradecer a sua participação na entrevista
2	e eu vou colocar os pontos principais do trabalho para que você possa responder as
3	perguntas. Então considere que sempre que eu mencionar a palavra produtos estarei
4	me referindo a um ou dos mais seguintes produtos: <i>CDS, DVDs</i> , equipamentos
5	eletrônicos, <i>softwares</i> , roupas, bolsas, calçados, acessórios, que no caso seriam
6	relógios, colares, anéis, pulseiras, cintos etc., brinquedos e/ou utensílios domésticos.
7	E, pra responder as perguntas considere apenas o comércio informal que para efeito
8	desse estudo é composto por camelôs, marreteiros e/ou vendedores ambulantes.
9	Entrevistadora: Então a primeira pergunta é a seguinte: O que leva você a adquirir
10	produtos do comércio informal?
11	Entrevistada n°4: Em primeiro lugar o valor. Porque é mais acessível e:: é acredito
12	que o principal é o valor da mercadoria, principalmente <i>CDs, DVDs</i> devido ao valor
13	de mercado dos originais para os que os que são piratas. A facilidade também em
14	encontrar.
15	Entrevistadora: E, quais são as vantagens de comprar no comércio informal?
16	Entrevistada n°4: Primeiramente economia, valores e (+) em sua maioria a qualidade
17	não difere tanto. Eu acho que é uma vantagem sim.
18	Entrevistadora: E, as desvantagens?
19	Entrevistada n°4: As desvantagens é que em algum/ alguns produtos é a qualidade, a
20	durabilidade do produto.
21	Entrevistadora: Como você decide o que comprar?
22	Entrevistada n°4: Bom:: em primeiro lugar eu vejo a necessidade, <i>CDs, DVDs</i> eu
23	vejo que é uma coisa que é uma coisa de momento, eu não vou usar o tempo todo eu
24	não vou assistir o tempo todo, então eu vejo como um ponto favorável pros piratas,
25	porque eu compro, assisto e depois eu não vou precisar mais então aquilo vai ficar
26	parado, descartado. Em relação aos originais iria dificultar bastante, eu pagar tão caro,
27	assistir uma vez e depois descartar. E, assim, bolsas, acessórios, porque geralmente a
28	gente usa moda, modinha, então a gente usa naquele momento e depois não usa mais.
29	Então é por isso. Acredito que/
30	Entrevistadora: E, o local que geralmente faz as suas compras está situado próximo
31	da sua residência ou seu local de trabalho?
32	Entrevistada n°4: Mais perto do local de trabalho.
33	Entrevistadora: E, você efetuou compras no comércio informal de outra cidade?
34	Entrevistada n°4: Dificilmente, geralmente é na minha cidade.
35	Entrevistadora: E, qual cidade você compraria ou comprou já?
36	Entrevistada n°4: A maioria das vezes é em Santo André, minha cidade.
37	Entrevistadora: Como você avalia a segurança do local ou da região onde faz suas

38	compras?
39	Entrevistada n°4: Então, aqui em Santo André a maioria dos lugares são é::
40	comércios que eles mesmos é:: utilizam pra vender os produtos, dificilmente eles
41	vendem na rua, mas geralmente é tranquilo. O lugar é bem seguro, a maioria das
42	vezes.
43	Entrevistadora: E, o atendimento como que é?
44	Entrevistada n°4: O atendimento é rápido, porque não pode ser uma coisa demorada,
45	um atendimento mais demorado, mas é um atendimento bom, não é ruim.
46	Entrevistadora: E, com que frequência você efetua suas compras?
47	Entrevistada n°4: Aí depende, se é <i>DVDs</i> eu tento comprar pelo menos uma vez por
48	mês que é pra eu me atualizar do que tá/ do que eu quero assistir, do que eu quero
49	ouvir, mas se é acessórios aí é de acordo com a necessidade do meu uso, o que eu
50	preciso/ minha bolsa, por exemplo, minha bolsa quebrou e eu vou precisar de outra
51	bolsa nova e eu acabo comprando ali. E, mais é isso, geralmente é de acordo com a
52	necessidade mesmo.
53	Entrevistadora: E, qual valor mensal mais ou menos que você gasta?
54	Entrevistado n°4: Se for num mês que eu só quero <i>DVDs</i> , em torno de vinte reais. Se
55	for num mês que eu quero comprar uns acessórios, alguma coisa, vai em torno de
56	cem.
57	Entrevistadora: E, como você paga, à vista a prazo?
58	Entrevistado n°4: Geralmente à vista.
59	Entrevistadora: E, é em dinheiro, cartão?
60	Entrevistada n°4: É em dinheiro.
61	Entrevistadora: E, você como você avalia os preços no comércio informal?
62	Entrevistada n°4: É, são bons, preços bons. Preços que cabem geralmente no bolso
63	((risos)).
64	Entrevistadora: E, no seu meio familiar, de trabalho de amigos é comum a compra
65	de produtos no comércio informal?
66	Entrevistada n°4: Bem comum. Bem comum.
67	Entrevistadora: Quando nós falamos em comércio informal o que quê vem na tua
68	cabeça? O que quê vem na mente?
69	Entrevistada n°4: Geralmente pessoas que não tem trabalho fixo ou alguma coisa do
70	tipo e que eles precisam trabalhar e vão vender nas ruas ou/ é o que me vem na
71	cabeça geralmente é isso, pessoas que estão ali trabalhando, mas de forma nem
72	sempre legal.
73	Entrevistadora: E, o que você pensa desse tipo de comércio?
74	Entrevistada n°4: Olha, em alguns pontos eu acredito que é hum, é favorável.
75	Porque tá muito inacessível algumas coisas ao bolso do cidadão. Então facilita um
76	pouco, não dá pra se negar.
77	Entrevistadora: E, o que você acha que as outras pessoas pensam sobre esse tipo de

78	comércio?
79	Entrevistada nº4: Então aí depende da da pessoa, geralmente algumas pessoas
80	torcem o nariz um pouco, porque é uma coisa falsa, ou então é uma coisa barata, mas
81	a maioria das pessoas aceita porque é a facilidade da pessoas ter acesso a muitas
82	vezes a um filme, a alguma coisa que de outra forma não teria.
83	Entrevistadora: E, você já ouviu ou leu em jornais, rádio, televisão ou em internet
84	algo sobre o comércio informal? Você pode citar algum exemplo?
85	Entrevistada nº4: Ah muitas vezes, mas, a maioria das vezes é de forma, de forma
86	negativa. Porque jornais, por exemplo, é a/ geralmente retaliação a esse tipo de
87	trabalho ou (+) é geralmente é isso, forma negativa. Dificilmente você vê uma forma
88	positiva disso.
89	Entrevistadora: E, quando os produtos comprados no comércio informal apresentam
90	algum problema, como você resolve a questão junto ao vendedor?
91	Entrevistada nº4: Geralmente eu compro com pessoas que estão sempre no mesmo
92	lugar, então eu acabo/ eu retorno e meu problema é resolvido. Dificilmente eu tenho
93	problema com isso.
94	Entrevistadora: Então você se sente segura no que se refere à qualidade ao comprar
95	no comércio informal?
96	Entrevistada nº4: Na maioria das vezes sim.
97	Entrevistadora: Em quais vezes você não se sente segura?
98	Entrevistada nº4: Eu não tenho muita segurança pra comprar eletrônicos, alguns
99	tipos de eletrônicos não são interessantes, eu mesmo nunca comprei celulares, essas
100	coisas porque eu não tenho segurança da qualidade.
101	Entrevistadora: E, como que você descarta né? Você falou anteriormente que você
102	assiste o <i>DVD</i> aí você não assiste mais, então, como você descarta esses produtos?
103	Além dos <i>DVDs</i> os demais produtos que você compra?
104	Entrevistada nº4: Geralmente eu não descarto os <i>DVDs</i> eu acabo ficando com
105	alguns, eu empresto outros, mas descartar só se em caso de quebrar mesmo, não tiver
106	mais jeito, aí é lixo, mas é difícil descarta.
107	Entrevistadora: Mas é no lixo convencional ou você faz coleta seletiva?
108	Entrevistada nº4: Depende. Se é alguma coisa eletrônica, aí eu teria de fazer uma
109	coleta diferente, mas <i>DVD</i> geralmente eu quebro e ponho no lixo.
110	Entrevistadora: E, causa-lhe alguma preocupação o fato desse produto não ser
111	reciclável?
112	Entrevistada nº4: (+) Olha, acredito que da mesma forma que o outro, o original
113	teria problema de não ter/ não ser reciclado seria a mesma coisa do não original.
114	Entrevistadora: E, considerando a sociedade de maneira geral igreja, governos,
115	empresas, comunidades locais, em sua opinião, há algum problema comprar produtos
116	adquiridos no comércio informal?
117	Entrevistado nº4: Olha depende, nem sempre é uma coisa boa a se fazer, mas em
118	relação ao consumo às necessidades da pessoa eu acredito que não seja uma coisa tão
119	ruim, tão complicada (essa pergunta eu me embananei) repete ela pra mim.

120	Entrevistadora: Considerando a sociedade de maneira geral igreja, governos,
121	empresas, comunidades locais em sua opinião, há algum problema comprar produtos
122	adquiridos no comércio informal?
123	Entrevistada nº4: Não, na minha opinião. Há alguns problemas em relação a que
124	nem tudo o recurso o dinheiro o que vai ser utilizado, como que vai ser utilizado
125	aquilo, mas em minha opinião não.
126	Entrevistadora: É, no caso, você fala que o recurso que o camelô adquiriu [isso a
127	forma como ele utilizou pra comprar aquele produto e a forma com que ele vai
128	utilizar o dinheiro] a isso talvez?
129	Entrevistada nº4: Talvez me preocupe.
130	Entrevistadora: E, a compra de produtos no comércio informal prejudica o meio
131	ambiente?
132	Entrevistada nº4: Alguns, alguns pontos sim. Eletrônicos principalmente né. Coisa
133	falsa, baterias e tudo, ah talvez cause.
134	Entrevistadora: E, a compra de produtos no comércio informal prejudica as
135	próximas gerações?
136	Entrevistada nº4: Prejudica em alguns pontos, a mesma coisa dos eletrônicos.
137	Acredito que pode prejudicar.
138	Entrevistadora: E, você sabe a origem dos produtos vendidos no comércio informal?
139	Entrevistada nº4: Na maioria das vezes não.
140	Entrevistadora: E, isso lhe causa alguma preocupação?
141	Entrevistada nº4: Olha nunca parei pra pensar dessa forma.
142	Entrevistadora: E, você sabe como os produtos vendidos no comércio informal são
143	fabricados?
144	Entrevistada nº4: Também não.
145	Entrevistadora: Isso lhe causa também alguma preocupação?
146	Entrevistada nº4: Também nunca pensei a respeito. Talvez eu me preocupe agora
147	((risos)).
148	Entrevistadora: Você deixaria de comprar produtos no comércio informal caso
149	soubesse que ele causa impacto na sociedade, no meio ambiente [sim] pra próximas
150	gerações?
151	Entrevistada nº4: Com certeza.
152	Entrevistadora: Você acha que ao comprar no comércio informal você esta
153	prejudicando ou causando riscos para as outras pessoas? Mesmo que em pequeno
154	grau ou sem intenção?
155	Entrevistada nº4: Olha eu acredito/ eu nunca parei pra pensar dessa forma, mas pode
156	ser que eu prejudique alguém sim, de uma forma informal, a pessoa não tá/ o que os
157	olhos não veem né, o coração não sente, talvez sim.
158	Entrevistadora: E, o fato de comprar produtos no comércio informal oferece ameaça

159	a dignidade e ao bem estar das outras pessoas?
160	Entrevistada n°4: Em alguns pontos pode ser que sim.
161	Entrevistadora: Em quais pontos você acha que/?
162	Entrevistada n°4: Bom acredito que... repete pra mim esta pergunta.
163	Entrevistadora: O fato de comprar produtos no comércio informal oferece ameaça a
164	dignidade e ao bem estar das outras pessoas?
165	Entrevistada n°4: Olha talvez sim, realmente ao bem estar talvez, agora de que
166	forma (8,0) é::.
167	Entrevistadora: E, você analisa as consequências positivas e negativas pra você
168	mesma ou pras outras pessoas antes de comprar?
169	Entrevistada n°4: Se eu analiso? Não. Nunca analisei antes não.
170	Entrevistadora: Em qual situação você deixaria de comprar no comércio informal?
171	Entrevistada n°4: Talvez se soubesse de onde veio, a procedência, como foi feito,
172	talvez eu des/ talvez eu desistiria de comprar, por isso.
173	Entrevistadora: Mas, que aspecto, no caso, da fabricação que te preocuparia?
174	Entrevistada n°4: Se estivesse prejudicando pessoas. Talvez eu não compraria.
175	Entrevistadora: E, a questão do:: fato de você não saber a procedência isso também
176	tem um impacto?
177	Entrevistada n°4: Sim, causa.
178	Entrevistadora: Agora eu vou fazer perguntas sobre o seu perfil para que eu possa
179	analisar no estudo né. Qual a sua formação escolar?
180	Entrevistada n°4: Superior.
181	Entrevistadora: Em qual área?
182	Entrevistada n°4: Letras.
183	Entrevistadora: Atualmente você está trabalhando?
184	Entrevistada n°4: Trabalho.
185	Entrevistadora: Qual que é a sua profissão?
186	Entrevistado n°4: Vendas, vendedora.
187	Entrevistadora: Eu vou falar algumas rendas salariais e aí eu peço que você fale qual
188	que é a sua renda atual ela se enquadra. [ok]
189	De R\$678 a R\$2,034.
190	De R\$2,035 a R\$4,068.
191	De R\$4,069 a R\$6,102.
192	e acima de R\$6,103.
193	Entrevistada n°4: A primeira.
194	Entrevistadora: E, qual é o seu estado civil?
195	Entrevistada n°4: Solteira.

196	Entrevistadora: E, em qual cidade você reside?
197	Entrevistada n°4: Santo André.
198	Entrevistadora: E, qual cidade você trabalha?
199	Entrevistada n°4: Santo André.
200	Entrevistadora: E, qual que é a sua idade?
201	Entrevistada n°4: 30.
202	Entrevistadora: Tá ótimo. Eu agradeço muito a sua participação e a entrevista vai
203	estar transcrita no trabalho, se você tiver alguma dúvida, em qualquer momento, e
204	quiser me procurar, sinta-se a vontade da mesma forma queria pedir sua autorização
205	caso eu tenha alguma dúvida na hora da análise dos dados e se eu posso te procurar
206	[sem problemas]. E, eu quero novamente agradecer em meu nome e em nome do meu
207	orientador a sua participação e dizer que a pesquisa na íntegra, vai estar disponível na
208	Universidade Metodista, na biblioteca. Ok? Muito obrigada.
209	Entrevistada n°4: Por nada.

Entrevista 5**Data:** 19 de junho de 2013**Local:** Instituto Metodista de Ensino Superior

Rua do Sacramento, 230 – Rudge Ramos – São Bernardo do Campo / SP.

Entrevistada 5 (P5)

1	Entrevistadora: Primeiramente eu quero agradecer a sua participação na entrevista e
2	dizer que você está contribuindo pra ampliação do conhecimento acadêmico, né. E, eu
3	vou agora esclarecer alguns pontos pra que a gente possa dar andamento na
4	entrevista. Então considere que sempre que eu mencionar a palavra produtos estarei
5	me referindo a um ou dos mais seguintes produtos: <i>CDS</i> , <i>DVDS</i> , equipamentos
6	eletrônicos, <i>softwares</i> , roupas, bolsas, calçados, acessórios, que no caso seriam
7	relógios, colares, anéis, pulseiras, cintos e etc., brinquedos e/ou utensílios domésticos.
8	E, para responder as perguntas considere apenas o comércio informal que, para o
9	efeito deste estudo, é composto pelos camelôs, marreteiros e/ou vendedores
10	ambulantes.
11	Entrevistadora: E, a primeira pergunta é: O que leva você a adquirir produtos no
12	comércio informal?
13	Entrevistada nº5: O valor.
14	Entrevistadora: E, quais são as vantagens? O valor seria uma vantagem?
15	Entrevistada nº5: Dependendo do produto a gente não vê tanta diferença no original
16	e no similar, não sei se esse é o nome que a gente pode usar, e aí o valor é muito/ há
17	muita diferença no valor, por exemplo, num <i>DVD</i> original e num <i>DVD</i> pirata, vamos
18	dizer assim. O pirata a gente consegue assistir, às vezes, não com a qualidade que
19	viria o original, mas a gente consegue ter acesso ao conteúdo, né. [entendi] aí o valor/.
20	Entrevistadora: E, as desvantagens da compra?
21	Entrevistada nº5: Dependendo do produto é a qualidade. Por exemplo, <i>DVD</i> a gente
22	vê que há muita diferença na qualidade aí, às vezes, até a opção de bônus, menu, às
23	vezes, um menu mais completo. Que nem meu esposo gosta muito de som então
24	dependendo do <i>DVD</i> ele consegue ajustar o som, se for original, já o Paraguai não né.
25	O pirata a gente já não consegue, e aí se for bijuteria aí a gente vê pela qualidade, a
26	gente usa duas três vezes aí depois já não consegue usar mais porque já não tá tão
27	bom quanto um original. [entendi]
28	Entrevistadora: E, quais tipos de produtos geralmente você compra?
29	Entrevistada nº5: Muito acessório brinco, pulseira é::: colar e <i>DVD</i> .
30	Entrevistadora: E, como que você decide o que comprar no comércio informal?
31	Entrevistada nº5: Acho que depende muito do gosto, né. Acho que o que eu vejo,
32	acho interessante e aí/ eu sempre procuro olhar o original também antes de comprar,
33	eu não compro já de início, eu olho o original, mas se tá muito diferente, se tá muito
34	caro aí eu já dou preferência pro similar.
35	Entrevistadora: E, você efetua compras no comércio informal próximo ao seu
36	trabalho ou próximo a sua residência?
37	Entrevistada nº5: Eu acho que é mais próximo ao trabalho né, porque é quando a
38	gente se locomove mais, acho que a vinda e aí você passar em frente. Em casa, às

39	vezes, a gente não tem tanto tempo pra sair, essas coisas, então eu acho que é mais
40	perto do trabalho mesmo.
41	Entrevistadora: E, você compra comércio informal de outras cidades que não seja a
42	cidade onde você mora e cidade onde você trabalha?
43	Entrevistada nº5: Sim.
44	Entrevistadora: E, qual cidade?
45	Entrevistada nº5: Ah dependendo, eu vou muito pra Estrema, que é um interior/ a
46	primeira cidade de Minas aqui né, próximo a São Paulo, eu vou muito pra lá então se
47	eu encontro alguma coisa legal lá eu compro por lá também ou em São André que é
48	onde eu estudo e aí a gente passa por lá acaba vendo alguma coisa e compra.
49	Entrevistadora: E, como você avalia a segurança do local onde você compra ou da
50	região? [segurança em que sentido?] A segurança no sentido coletivo [no entorno]
51	isso.
52	Entrevistada nº5: Ah eu acho que depende:// eu evito um pouco assim de ir em
53	camelô que é um camelô ali, às vezes, a gente vai num centrinho que tem mais de um
54	camelô, que tem mais, que tem mais de um vendedor né. Não compro muito de
55	vendedor ambulante, mas a gente tenta mais ir num camelô então, às vezes, no
56	camelô tem mais de uma barraca próxima, você tem iluminação, essas coisas, acho
57	que já é básico e é o que a gente se prende.
58	Entrevistadora: E, como você avalia o atendimento no comércio informal?
59	Entrevistada nº5: Eu não generalizaria né, mas assim num/ na grande maioria eu
60	sinto que eles são bem atenciosos assim, a gente tem alguma dúvida, pergunta, eles
61	respondem. Tem bem o papo de vendedor né, às vezes, acaba elogiando demais o
62	produto e, às vezes, a gente sabe que não atende tanto a situação/ as qualificações que
63	ele dá, mas eles geralmente são bem atenciosos.
64	Entrevistadora: E, com qual frequência você efetua suas compras?
65	Entrevistada nº5: (+) eu acho que já teve uma frequência maior, hoje é:// depende,
66	eu passo vejo se eu vejo alguma coisa interessante, então acho que pelo menos uma
67	vez por mês ou a cada quinze dias eu acabo adquirindo alguma coisa de camelô.
68	Entrevistadora: E, qual valor aproximado que você gasta mensalmente?
69	Entrevistada nº5: Aí nunca ultrapassa de cinquenta reais assim. Como é coisas
70	consideradas pequenas. Eu não compro eletrônico, em em camelô, eu compro mais
71	bijuterias essas coisas, então o valor é bem inferior então a gente/ aí eu acabo/ eu acho
72	que não chega a cinquenta reais por mês.
73	Entrevistadora: E, como que você paga as suas compras no cartão [não, sempre em
74	dinheiro] dinheiro?
75	Entrevistada nº5: Sim, em dinheiro.
76	Entrevistadora: Então você não usa cartão, né? E, você paga à vista?
77	Entrevistado nº5: Eu nunca vi um camelô com maquininha até então, mas eu sempre
78	procuro pagar com dinheiro porque a gente fica com medo também né, clonagem de
79	cartão.

80	Entrevistadora: E, os preços no comércio informal? [no geral] Como você avalia?
81	Isso.
82	Entrevistada nº5: Olha, eu tenho visto que tem aumentado bastante, pela/ eu acho
83	que se a gente for pesar pela qualidade do produto eu acho que tá um pouquinho alto
84	até né. Acho que as pessoas têm procurado bastante então é meio a lei da oferta e
85	procura, né. Eles acabam aumentando porque há muita procura, mas/ dependendo do
86	produto eu ainda eu vejo um pouquinho de vantagem assim, se é uma coisa que eu só
87	quero assistir, só quero né, às vezes, não é uma coisa que eu quero por muito tempo
88	eu ainda acho que valha mais a pena do que o original.
89	Entrevistadora: E, no seu meio familiar, de trabalho e de amigos é comum a compra
90	de produtos no comércio informal?
91	Entrevistada nº5: Sim.
92	Entrevistadora: E, o que vem na sua mente quando nós falamos de comércio
93	informal?
94	Entrevistada nº5: (+) Então eu sei que tem uma série de valores embutidos né,
95	desde/ por exemplo, quando a gente fala em DVD, um filme, há toda uma produção
96	por trás, uma equipe paga. São vários valores embutidos. E:: eu até entendo que isso
97	vai totalmente contra né, a gente consumir, às vezes, a gente pode até tá prejudicando
98	as pessoas que trabalharam com isso. Mas, hoje o acesso ele é tão/ eu sinto que ele é
99	tão negligenciado pra algumas classes sociais, que a gente acaba comprando, por
100	exemplo, às vezes, a gente quer assistir um filme e o original é trinta reais e a gente
101	vai no camelô/ por exemplo, perto da minha casa é dois reais um <i>DVD</i> , às vezes, eu
102	quero assistir aquela vez eu não conheço ninguém que tem o original eu compro o
103	similar e aí ele::/ quando você só quer ter acesso uma vez ao produto e aí, às vezes,
104	you paga vinte, trinta reais, aí no próximo final de semana você quer ver um outro
105	filme, você vai pagar mais vinte, trinta reais. Eu acho que foge da nossa realidade
106	também, eu entendo tem todos os/ né há toda uma complicação lá atrás, mas que::/ a
107	gente também não tem acesso, né. Não tem condições a gente pagar trinta reais a cada
108	<i>DVD</i> que a gente quer assistir, num filme.
109	Entrevistadora: E, o que você pensa sobre esse tipo de comércio? Nessa sua fala
110	você trouxe uma preocupação com as pessoas que tão por trás da produção dos <i>CDs</i> e
111	<i>DVDs</i> , mas, de maneira geral, o que quê você pensa esse tipo de comércio, nas
112	questões dos outros produtos também?
113	Entrevistada nº5: Eu acho que::/ eu não sei, eu acho que tem as duas vertentes, a
114	vertente que eu falei sobre as pessoas que trabalham nisso, mas também tem a
115	realidade do próprio camelô, né. Ele, às vezes, entrou pra esse comércio porque ele
116	não teve acesso a um outro tipo de trabalho, que ele consiga uma renda pra sustentar
117	ele, a família, enfim. Mas, ele também faz parte desse sistema, talvez não tanto por
118	escolha né, eu vejo até eles são bem repreendidos em alguns momentos, eu acho que
119	ninguém é confortável vivendo nessa vida, né. Mas, eu acho, eu acho que é uma
120	forma de dar acesso a pessoas que não tem acesso tanto da parte dele, quanto da
121	minha como consumidora, por exemplo.
122	Entrevistadora: E, o que as outras pessoas pensam sobre esse tipo de comércio, na
123	sua opinião?
124	Entrevistado nº5: Olha, eu acho que talvez tenha o mesmo pensamento que eu tenho,
125	mas talvez também tenha o mesmo comportamento que eu tenho. Entendem que é

126 irregular que não é correto, que não é certo, vamos dizer assim, que não é legal. Mas,
 127 que também precisam ter acesso né, ao produto ou querem também um produto com
 128 aquela característica e acabam usufruindo, acho que eles/ acho que o pensamento
 129 talvez vá pelo mesmo caminho.

130 **Entrevistadora:** E, quando os produtos comprados no comércio informal apresentam
 131 algum problema, como você resolve a questão junto ao fornecedor?

132 **Entrevistada nº5:** Ah dependendo do produto, eu acho, que também dependendo do
 133 tempo que ele apresenta alguma/ se, por exemplo, eu chego na minha casa acabei de
 134 abrir o produto eu vejo que ele tá com problema, eu sempre tento ir conversar, porque
 135 eu acabei de comprar. Mas, se é alguma coisa que, por exemplo, eu vejo que não dura
 136 tão quanto um original duraria, aí eu já não posso reclamar também né. É:: acho que
 137 depende do produto, depende do tempo que ele vai me apresentar algum problema,
 138 mas por exemplo, eu já comprei *DVD* que eu cheguei na minha casa ele não rodava,
 139 cheguei fui conversar com o fornecedor e ele, na hora, ele trocou, às vezes, eu acho
 140 que eles são menos burocráticos do que uma loja legalmente instalada, não sei.
 141 Porque eu, uma certa vez, eu comprei um tênis, pirateado né, não sei se esse é o
 142 termo, e ele durou um ano. Eu comprei um tênis original ele não durou seis meses. E,
 143 aí assim a minha briga com a empresa pra que eu fosse ressarcida. Porque a gente que
 144 é mulher sabe, eu não vou usar o tênis todo dia né, a gente acaba usando um outro
 145 sapato, essas coisas, e o tênis não durou seis meses. Então, assim a minha briga durou
 146 seis meses com a empresa pra eles trocarem o produto e aí eu percebi que houve
 147 tratamento diferenciado / porque, assim, o mesmo modelo de tênis tinha dado
 148 problema com um colega meu, ele foi atendido em uma semana, eu fui atendida em
 149 seis meses, depois de muita briga, depois de procurar o PROCON. Então, assim, às
 150 vezes, eu sinto muita burocracia e, às vezes, um camê/ um ambulante um camelô eles
 151 acabam né, vendo que o produto de fato não funcionou não/ apresentou problema e
 152 troca na hora. Então assim, às vezes, a facilidade até de troca ela é maior.

153 **Entrevistadora:** E, então você falou da qualidade inferior de alguns casos e você se
 154 sente segura no que se refere à qualidade do produto fornecido pelo comércio
 155 informal?

156 **Entrevistada nº5:** Eu acho que a gente tem que usar de bom senso, eu acho que
 157 algumas coisas eu sei que eu vou comprar e ela não vai durar tanto e aí é uma escolha
 158 minha, concorda? Assim, nos últimos tempos, eu tenho balanceado bastante. Então,
 159 assim, eu queria agora, mas se eu aguardar mais um tempo fazer umas economias eu
 160 compro o original que vai durar um pouco mais, mas isso também não quer dizer
 161 nada porque eu tive um tênis que durou um ano e outro que durou seis meses e o de
 162 um ano era similar. E, aí eu acho que assim a gente tem que usar de bom senso, eu
 163 acho que algumas coisas a gente sabe que não vai durar e aí eu preciso ponderar se
 164 vale a pena eu gastar metade do preço comprando uma coisa que vai durar menos
 165 tempo que é o que a gente imagina por não ser original e esperar mais um pouco,
 166 comprar um original que seja pra durar um pouco mais. Eu acho que é um pouco de
 167 bom senso da gente que consome, né. [entendi]

168 **Entrevistadora:** E, você já ouviu ou leu em jornais, rádios, televisão ou internet algo
 169 sobre o comércio informal que você possa citar algum exemplo pra mim?

170 **Entrevistada nº5:** Em que/ porque, assim, eu vejo que a informação tá aí pra todo
 171 mundo, às vezes, quando/ eu alugo bastante *DVD* também e quando a gente coloca o
 172 *DVD* ele já aparece aquelas informações né, não consoma. Mas, em que sentido,

173	assim, do comércio? Porque a gente vê, por exemplo, direto aparece aquela a galeria
174	Pagé, né da polícia invadindo apreendendo os produtos, agora tá bem forte aquela
175	questão dos <i>DVDs</i> né eu percebo que passa bastante, a gente vê bastante reportagem
176	até na internet também, é:: que eles tão apertando o cerco né, tirando/ porque isso
177	envolve muito mais do que só o comércio, são onde os traficantes lavam o dinheiro,
178	enfim né. Várias coisas. A gente acaba alimentando todo um ciclo vicioso, mas assim
179	eu vejo bastante informação pra não consumo e sobre o que quê tá acontecendo. Que
180	eles tão fechando o que eles tão apertando cerco, né e aí seria mais ou menos isso.
181	Entrevistadora: E, como você descarta os produtos e as embalagens após o uso? Os
182	produtos podem ser reciclados?
183	Entrevistada nº5: Então, dependendo do produto eu consigo descartar como eu
184	descarto né, corretamente o meu lixo. Eu sou bem criteriosa nessa parte. Eu moro ao
185	lado de uma pessoa que faz a reciclagem, que trabalha com isso, então, pra mim a
186	facilidade também é enorme porque eu consigo selecionar e, já entregar já pra pessoa
187	eu não preciso esperar o catador/ o:: coleta do bairro/ do município passar pra pegar,
188	então, assim, eu consi/, dependendo do produto, eu consigo. Mas, como eu não consu/
189	eu alguns produtos meus a gente não, a gente entende que não é reciclável, por
190	exemplo, o que eu mais consumo é metal dependendo do metal eu consigo entregar
191	pra ele, ele consegue vender, mas dependendo do metal ele já não consegue fazer
192	essa...
193	Entrevistadora: E, causa alguma preocupação o fato do produto não poder ser
194	reciclado?
195	Entrevistada nº5: Pra mim bastante, pra mim bastante. Porque eu sou bastante
196	preocupada com essas coisas. E, antes até de consumir e aí pensar na qualidade e aí
197	pensar em comprar um original, eu penso também na questão do consumismo né, a
198	gente bate muito na tecla da reciclagem ah a gente precisa reciclar, mas a gente nunca
199	pena antes de consumir, então pra mim, por alguns momentos eu começo a ponderar,
200	de fato eu preciso? De fato eu preciso consumir aquilo? É bem valor meu, assim, na
201	questão do consumismo, então, eu levo isso muito em consideração também.
202	Entrevistadora: Então, nesse caso você avalia as consequências positivas e negativas
203	pra você mesma e para as outras pessoas antes de comprar? É isso que você/
204	Entrevistada nº5: Sim, sim. Porque eu penso num todo, né. Eu penso na questão da
205	matéria prima, eu penso na questão do descarte e aí eu também tento pensar naquelas
206	questões que eu te falei, daquelas pessoas, que são envolvidas no trabalho, que
207	dependem daquilo. É que, assim, eu dei um exemplo, às vezes, até do <i>DVD</i> que, às
208	vezes, é um pouco mais acessível. Mas, por exemplo, uma coisa que aqui é febre, eu
209	não tenho mais eu até gostaria de ter, são as bolsas, as imitações de bolsas, a gente
210	pega bolsa sei lá, das marcas mais famosas <i>Tommy</i> , <i>Louis Vuitton</i> , é três mil reais
211	uma bolsa. As pessoas difi/ eu conheço poucas pessoas que teriam acesso a comprar
212	uma bolsa de três mil reais e aí a gente acaba comprando uma similar de sessenta,
213	setenta reais. E:: aí, nesse momento, eu acho que eu esqueço um pouco, assim, desse
214	lado, de pensar na pessoa que trabalhou na produção disso, acho um pouco/ acho que,
215	às vezes,/ que ele não nos obriga a comprar, mas eu sinto um pouco lesada assim a
216	pessoa me cobrar três mil reais numa bolsa, cinco mil reais numa bolsa. Mas, assim,
217	um <i>DVD</i> ou alguma coisa que a gente vê um valor, que a gente entende que não é um
218	valor, ele não tá querendo ganhar muito em cima de você ele só tá colocando o valor
219	do trabalho dele, então ele::/ eu acabo pensando mais do que em alguns produtos que

220	a gente/ que eu acho que as pessoas querem nos roubar legalmente.
221	Entrevistadora: E, o fato de comprar produtos no comércio informal prejudica o
222	meio ambiente?
223	Entrevistada nº5: Bastante. Bastante, porque, assim, é:: mesmo com os produtos
224	legais a gente já enfrenta algumas dificuldades. Aí você imagina num comércio ilegal,
225	que não tem fiscalização, por que: Onde que vai fiscalizar? O que vai fiscalizar? Um
226	fiscal não tem a documentação da empresa e aí não sabe da onde que a matéria prima
227	daquele produto vem, se é legal, se/ A gente tem a questão da roupa, né, às vezes, a
228	gente vai, sei lá, na feira da madrugada, comprar roupa, a gente paga cinco reais numa
229	camiseta. É:: mas, cinco reais pagou a matéria prima, a extração da matéria prima, o
230	transporte, a mão de obra de quem fez, aí o transporte até o comércio, mais aquele
231	comerciante, não sei, acho que... em centavos, cinco centavos pra cada um? Pra que
232	haja uma, né, um pagamento do valor, então, assim prejudica bastante, porque, em
233	algumas legais a gente já viu que não há um controle cê imagina no comércio
234	irregular que não tem onde fiscalizar né.
235	Entrevistadora: E, aí quando você fala da questão da fabricação, é::, então, você
236	sabe como os produtos vendidos no comércio informal são fabricados?
237	Entrevistada nº5: (+) Não todos. Acho que não tem nem como a gente saber né,
238	como todos eles/ acho que nem o próprio fornecedor não sabe da origem do produto
239	que ele tá vendendo.
240	Entrevistadora: E, isso lhe causa alguma preocupação?
241	Entrevistada nº5: Ah bastante. Acho que até porque a gente começa assimilar as
242	outras coisas apesar da gente não saber de umas, a gente sabe de outras, por exemplo,
243	os bolivianos que fazem roupa, a gente sabe das condições precárias que eles vivem,
244	né. E, aí ao mesmo tempo a gente sabe que, por exemplo, talvez seja aquela camiseta
245	que a gente comprou por cinco reais é a forma escrava que ele trabalha né. E, eu acho
246	que a gente não sabe nem do legal né. A gente não/ às vezes, a pessoa antes de
247	consumir não consegue nem rastrear qual a origem daquele produto, então é
248	complicado.
249	Entrevistadora: A compra de produtos informais prejudica as próximas gerações?
250	Entrevistada nº5: (+) Eu acho que sim. Acho que se a gente for pensar na questão
251	social vai prejudicar. Acho que vira uma bola de neve, né. Prejudica a geração, a
252	geração futura do fabricante, por exemplo, os bolivianos, né. Então, assim, prejudica
253	os filhos e os netos dele pelas condições que ele trabalha que provavelmente os filhos
254	e os netos trabalharão então aí prejudica as nossas gerações e até do fornecedor,
255	porque, se a gente não tem uma noção de onde vem à matéria prima isso vai faltar lá
256	na frente. É a questão da gente consumir acima do que a gente pode, lá na frente não
257	vai ter, então eu acho que sim.
258	Entrevistadora: E, você deixaria de comprar um produto no comércio informal caso
259	soubesse que ele causa impacto para a sociedade, pro meio ambiente e para as
260	próximas gerações?
261	Entrevistada nº5: Algumas coisas eu já tenho diminuído a compra, assim, eu já
262	tenho parado até de comprar, de acordo com/ também com a minha questão
263	financeira, né. Então, algumas coisas eu já tenho diminuído. Por exemplo, <i>DVD</i> eu
264	normalmente comprava cinco por final de semana, hoje, eu já dou um pouco mais de

265 preferência em comprar um original ou alugar, né. As locadoras foram extintas, eu
 266 tenho uma perto da minha casa que ela vive, acho que pela fé do dono, porque, a
 267 gente sabe que/ por exemplo, eu dependendo do/ se é um *DVD* normal, a gente paga
 268 dois e cinquenta, três reais a locação pra ficar o final de semana todo, isso não é muito
 269 caro. Mas, aí a contra partida, na barraquinha, numa rua pra cima, tem um por dois
 270 reais que vai ser seu o resto da vida, você não precisa ir lá devolver, aí você não vai
 271 pagar multa se você esquecer. Mas, assim, eu tenho diminuído bastante, até por umas
 272 questões religiosas também, assim, de eu saber que não é certo. Então, assim e, às
 273 vezes, até o acesso a gente na internet, né. Hoje em dia a gente joga, sei lá, no *youtube*
 274 tem o vídeo, tem o filme inteiro, às vezes, a gente acaba assistindo, nem compro, nem
 275 alugo. Mas, eu tenho diminuído bastante o consumo de alguns produtos sim, até
 276 roupa eu nunca fui nessas lojas da feira da madrugada nada, mas eu já fui, por
 277 exemplo, na José Paulino e eu acredito que algumas roupas são também nesse
 278 formato, elas veem nesse formato. Então eu tenho diminuído bastante, mas, sempre
 279 de acordo com nossa situação financeira né.

280 **Entrevistadora:** E, você acha que ao comprar produtos você está prejudicando ou
 281 causando riscos para as outras pessoas? Você já até citou alguns pontos em relação a
 282 isso, mas pra ficar mais claro né, você acha que você está prejudicando ou causando
 283 riscos pras outras pessoas mesmo que sem intenção ou em pequeno grau?

284 **Entrevistada nº5:** Eu acho que sim. Porque o comércio irregular ele envolve várias
 285 coisas né. Ele envolve também a minha segurança na hora de comprar, mas a
 286 segurança de várias outras pessoas que vem no ciclo da produção daquele produto,
 287 então eu acho que quando a gente consome a gente estimula para que aquilo seja feito
 288 sempre, então se envolve o risco da extração irregular de alguma pessoa, até da saúde
 289 né, na hora de transportes essas coisas a gente acaba estimulando para que isso
 290 aconteça sempre.

291 **Entrevistadora:** E, o fato de comprar produtos no comércio informal oferece
 292 ameaças à dignidade e ao bem estar das outras pessoas?

293 **Entrevistada nº5: (+)** Acho que sim também. Acho que quando a gente fala em risco
 294 a gente envolve o bem estar também e aí envolve.

295 **Entrevistadora:** Em qual situação você deixaria de comprar, então, no comércio
 296 informal?

297 **Entrevistada nº5:** Acho que quando a gente tem informação da origem do produto.
 298 Eu, particularmente já diminuo a compra, às vezes, até não compro mais, não faço
 299 mais acesso a esses produtos. E, quando eu consigo acesso ao original. Eu acho que
 300 isso é muito importante. Acho que as pessoas precisavam começar/ eu até entendo
 301 que tenha a questão do valor de embutir a mão de obra da pessoa, mas, acho que, hoje
 302 em dia, há tantas questões que a gente pode levar em consideração. Por exemplo,
 303 você ter acesso a um livro é:: eu vejo/ eu até já fiz a compra de livros digitais, a gente
 304 não usa matéria prima, é uma questão sustentável. Mas, é uma questão que você
 305 diminui o valor do produto, você estimula pra que ele compre o produto original e
 306 você não, acho que não necessariamente tira tanto da sua mão de obra, você vai tirar
 307 um pouco da matéria-prima daquilo. Eu gosto muito de uma banda chamada *Pearl*
 308 *Jam* e eles lançam bastantes shows virtuais, eles vendem os shows. Eu/ como gosto
 309 da banda, eu vou fazer questão de comprar o original, né. Eu quero favorecer a banda.
 310 Eu até sei que eles são muito mais ricos do que eu, claro, né. Eles têm muito mais
 311 condições do que eu. Mas, eu quero favorecer a banda, então assim eu faço/ eu acho

312	que hoje é necessário que/ eu acho que a questão do comércio informal também deixa
313	um pouco de alerta pra artistas ou pra artesões, sei lá, as pessoas que produzem essas
314	coisas pra que a gente procure formas alternativas, mais viáveis, mais econômicas,
315	que a gente vai abaixar o valor do produto e aí a gente vai acabar extinguindo, daqui a
316	pouco, o comércio né irregular. A gente sabe que sempre há uma adaptação aqui, uma
317	ali, né, de ser irregular. Mas, acho que as pessoas tem tomado consciência, e, quando
318	também as pessoas que produzem aquilo tem consciência e pensam na/ no acesso, há
319	um favorecimento. Eu, por exemplo, dessa banda e de algumas outras bandas que eu
320	vejo até uma movimentação, pra isso, eu já nem compro mais nada, eu não compro
321	nada, que não seja original, que não seja patenteado da banda ou, por exemplo, de
322	time, eu já não compro mais porque eu percebo que há uma movimentação deles pra
323	que melhore o acesso é:: ao produto ou quando não melhora a questão financeira eles
324	mostram no que quê aquilo é usado. Eu vejo alguma melhoria em alguma coisa.
325	Então, por exemplo, um pouco particular, mas, quando falam do time, se eu vejo que
326	se eu comprar aquilo eu vou favorecer o meu clube, eu vou fazer uma aquisição de
327	uma coisa de um produto original. Eu acho que as pessoas também pensam um pouco
328	assim: “ah ele tem dinheiro demais eu vou comprar um Paraguai mesmo porque é o
329	que eu tenho acesso”. Mas, se a gente vê a movimentação, se a gente vê que as
330	pessoas fazem por onde, a gente consegue diminuir o acesso a esses produtos.
331	Entrevistadora: Tá ótimo! Eu agradeço muito as respostas às perguntas né, e agora
332	eu vou fazer perguntas um pouco mais pessoais para caracterizar o seu perfil e, aí a
333	primeira pergunta é, qual que é a sua formação escolar?
334	Entrevistada n°5: É superior.
335	Entrevistadora: Em qual área?
336	Entrevistada n°5: Tecnologia em gestão ambiental.
337	Entrevistadora: E, atualmente você está trabalhando?
338	Entrevistada n°5: Sim.
339	Entrevistadora: Qual que é a sua profissão?
340	Entrevistada n°5: Eu sou monitora a distância.
341	Entrevistadora: E, qual que é a sua renda salarial mensal? Eu vou falar algumas
342	opções e aí eu peço que você fale em qual sua renda se enquadra né:
343	De R\$678 a R\$2,034.
344	De R\$2,035 a R\$4,068.
345	De R\$4,069 a R\$6,102.
346	e acima de R\$6,103.
347	Entrevistada n°5: É a primeira opção.
348	Entrevistadora: Qual que é o seu estado civil?
349	Entrevistada n°5: Casada.
350	Entrevistadora: E, em qual cidade você reside?
351	Entrevistada n°5: Diadema.
352	Entrevistadora: E, qual você trabalha?
353	Entrevistada n°5: São Bernardo.

354	Entrevistadora: Qual que é a sua idade?
355	Entrevistada nº5: 25.
356	Entrevistadora: Então eu agradeço muito a sua participação e queria lhe perguntar se
357	caso eu tenha alguma duvida em relação às análises dos dados, na hora que estiver
358	analisando os dados se eu posso te procurar? [sim] E, dizer que a entrevista ela vai ser
359	transcrita na íntegra, né. E, estará disponível no trabalho e aí posteriormente, caso
360	você queira consultar o trabalho ou em algum momento da pesquisa você queira me
361	procurar eu estou à disposição e o trabalho estará disponível após a apresentação na
362	biblioteca da Universidade Metodista então você pode consulta-lo depois da
363	apresentação. Muito obrigada!
364	Entrevistada nº5: Imagina.

Entrevista 6**Data:** 19 de junho de 2013**Local:** Instituto Metodista de Ensino Superior

Rua do Sacramento, 230 – Rudge Ramos – São Bernardo do Campo / SP.

1	Entrevistadora: Primeiramente eu quero agradecer a sua participação na pesquisa.
2	Eu vou, inicialmente, caracterizar as perguntas e depois a gente vai começar a fazer as
3	perguntas. Então, considere que sempre que eu mencionar a palavra produtos, estou
4	me referindo a um ou mais dos seguintes produtos: <i>CDS, DVDS</i> , equipamentos
5	eletrônicos, <i>softwares</i> , roupas, bolsas, calçados, acessórios, os acessórios seriam
6	relógios, colares, anéis, pulseiras, cintos e etc., brinquedos e/ou utensílios domésticos.
7	E, para responder as perguntas considere apenas o comércio informal que, para o
8	efeito deste estudo, é composto pelos camelôs, marreteiros e/ou vendedores
9	ambulantes. [correto].
10	Entrevistadora: Então a primeira pergunta é: por qual motivo você compra produtos
11	no comércio informal?
12	Entrevistada nº6: Acredito que a qualidade não é tão inferior como a das lojas e o
13	preço é muito mais acessível.
14	Entrevistadora: E, no caso então a vantagem seria o preço?
15	Entrevistada nº6: Com certeza.
16	Entrevistadora: E, a desvantagem qual que seria?
17	Entrevistada nº6: A desvantagem é você não conseguir trocar o produto. Porque
18	nem sempre você volta no lugar e o camelô está no mesmo lugar.
19	Entrevistadora: E, como você decide o que vai comprar?
20	Entrevistada nº6: Hoje particularmente, muito sinceramente, é por impulso. Às
21	vezes, o comércio informal, que você é abordada muitas vezes, você acaba
22	comprando por impulso. Muitas coisas eu confesso que eu compro sem necessidade.
23	[ah entendi]
24	Entrevistadora: E, quais produtos geralmente você compra?
25	Entrevistada nº6: Geralmente o que eu compro são os acessórios. [Aí esses
26	acessórios seriam?] Bolsa. Bijuterias, as biju, então, de tudo quanto é tipo. Mas, muito
27	bolsa. Até calçados, mas não com tanta frequência. Mas, de tudo se eu posso analisar
28	em primeiro lugar é bijuteria. [ah entendi].
29	Entrevistadora: E, você efetua compras próximo ao local onde você trabalha ou
30	próximo a sua residência?
31	Entrevistada nº6: Geralmente onde eu trabalho.
32	Entrevistadora: E, você efetua compras em outras cidades também?
33	Entrevistada nº6: Na verdade eu trabalho em São Bernardo e moro em Diadema e
34	em Diadema particularmente eu não consumo nada em Diadema. Porque, os camelôs
35	não estão na rua estão geralmente em algum lugar, mas no centro de São Bernardo
36	existe um camelódromo, se eu lembro de alguma coisa que eu possa comprar
37	rapidamente eu lembro desse lugar, que é o centro de São Bernardo porque existe um
38	camelódromo lá.

39	Entrevistadora: Ah entendi! Mas, em outras cidades fora essas duas você não faz
40	compras?
41	Entrevistada nº6: Geralmente em São André porque é caminho de casa parente
42	quando eu vou, em São André. [entendi]
43	Entrevistadora: E, como você avalia a segurança do local ou da região onde você faz
44	as suas compras?
45	Entrevistada nº6: A segurança em si/ é:: o que eu sempre tenho visto e eu presto
46	muita atenção nisso, parece que um camelô faz a segurança pro outro, é essa é a
47	impressão que eu tenho. Nítida, na verdade, porque, sempre que tem alguma muvuca
48	em alguma barraca, um camelô mais próximo chega e pergunta pro dono da barraca:
49	“tá tudo bem aí?” Então, cê se sente mais seguro, porque você sabe que um/ são
50	vários olhos naquele lugar. Mas, segurança, segurança/ se tiver um arrastão ali, leva
51	tudo, né. Porque a muvuca é muito grande. Geralmente uma barraca em cima da outra
52	né. [entendi].
53	Entrevistadora: E, como você avalia o atendimento no comércio informal?
54	Entrevistada nº6: O atendimento é muito bom. Porque a pessoa não quer perder a
55	venda pro vizinho. A abordagem é difícil, a abordagem são vários em cima de você,
56	né. Todo mundo quer te levar pra barraca dele, cê passou ele/ mas, quando você
57	chega num lugar e se impõe, não é aqui que eu quero comprar o atendimento é muito
58	bom. [legal]
59	Entrevistadora: E, com qual frequência você efetua esse tipo de compra?
60	Entrevistada nº6: Pelo menos uma vez por semana.
61	Entrevistadora: E, qual valor aproximado que você gasta mensalmente?
62	Entrevistada nº6: No mínimo trezentos reais.
63	Entrevistadora: E, como você efetua essas compras à vista, a prazo? Você compra
64	em dinheiro, cartão, cheque?
65	Entrevistada nº6: Nos últimos doze meses, assim, eu posso avaliar, pelo tanto que eu
66	costumo usar/ é:: toda/ a maioria das barracas estão informatizadas, então tem o
67	cartão. Mas, geralmente era em dinheiro. Hoje não, hoje é em cartão de débito ou
68	crédito. Geralmente eu faço em débito.
69	Entrevistadora: Então você paga suas compras à vista?
70	Entrevistada nº6: isso.
71	Entrevistadora: E, você avalia os preços no comércio informal?
72	Entrevistada nº6: É questão de pesquisa, não é porque é um comércio informal que,
73	às vezes, é/ depende da localidade. Rudge Ramos é um lugar que é muito caro
74	[mesmo no comércio informal?] mesmo. Qualquer/ se eu/ um vendedor ambulante
75	entra num ônibus em Rudge Ramos o produto dele é muito mais caro do que se ele
76	entrar num ônibus em Diadema. [Entendi] Eu posso ter esses dois parâmetros. Centro
77	de São Bernardo/ primeiro preço maior dos lugares que eu convivo é o Rudge Ramos,
78	depois é o centro de São Bernardo e o mais barato é Diadema. [Entendi então na
79	cidade onde você mora os preços são melhores?] são melhores.

80	Entrevistadora: E, no seu meio familiar, de trabalho e de amigos é comum a compra
81	de produtos no comércio informal?
82	Entrevistada nº6: É comum.
83	Entrevistadora: E, o que vem na sua mente quando a gente fala de comércio
84	informal?
85	Entrevistada nº6: Facilidade. É a primeira coisa. É:: você entra numa loja você tem
86	que entrar em várias lojas pra olhar, num camelódromo você passa numa rua e vai
87	olhando pros lados. Então, está tudo exposto, né. Muito mais fácil.
88	Entrevistadora: E, o que você pensa sobre esse tipo de comércio?
89	Entrevistada nº6: É uma facilidade sim. É algo assim/ é óbvio hoje com a
90	oportunidade que nós temos com a nota fiscal paulista, é uma oportunidade que você
91	perde né de resgatar aquilo que você acaba gastando de imposto, mas é quando eu
92	penso em camelódromo eu já penso em algo barato.
93	Entrevistadora: E, o que as outras pessoas sobre o comércio informal?
94	Entrevistada nº6: Hoje isso é::/ não existe mais o pobre que consome as coisas em
95	camelô. Mas, é eu vejo muitas pessoas que tem posse, conheço, que frequentam
96	camelódromos. Porque, a roupa, se não tiver etiqueta ninguém sabe que é de grife.
97	Muitas vezes.
98	Entrevistadora: E, você já ouviu ou leu em jornais, rádios, televisão ou internet algo
99	sobre o comércio informal que você possa citar algum exemplo pra mim?
100	Entrevistada nº6: Ah sim! O que eu vejo muito é a questão deles reivindicarem
101	sempre os direitos. Então, eles se unem/ como há pouco tempo menos de um ano
102	aconteceu no centro de São Paulo, fecharam o camelódromo, porque, haviam pessoas
103	colocando barracas onde não tinham licença. E, por causa de meia dúzia todos
104	pagaram. Mas, esses todos se uniram e abriram um camelódromo muito maior em
105	outro lugar e, aí esses que não tinham o alvará pra funcionar conseguiram também.
106	Entrevistadora: E, quando os produtos no comércio informal apresentam problemas,
107	como você resolve a questão junto ao vendedor? No início da entrevista, você falou
108	que essa era uma dificuldade, né?
109	Entrevistada nº6: É uma dificuldade. Quando ele/ você é abordada aleatoriamente
110	em alguns lugares, é um risco. E, geralmente são coisas que você não vai pagar caro,
111	é um jogo de caneta, é os ambulantes que andam no ônibus vendendo/ se deu defeito
112	é você já compra sabendo do risco. Agora se é o camelódromo que hoje é mais
113	organizado, aí não tem problema. Você tem trinta dias pra reivindicar se foi/ a
114	garantia é defeito de fabrica. Como qualquer outra, não porque o produto caiu e
115	quebrou. [entendi]
116	Entrevistadora: E, você se sente segura no que se refere à qualidade ao compra no
117	comércio informal?
118	Entrevistada nº6: Olha isso, é uma pergunta, assim, depende do comércio informal.
119	Existe comércio informal que ele é, te oferece nota fiscal porque ele comprou com
120	nota fiscal. Mas, num camelódromo, por exemplo, que eu já tive várias vezes/ é::
121	produtos eletrônicos, você pede a nota fiscal o produto é mais caro, essa é uma
122	questão. Por quê? Porque ele comprou com nota fiscal se ele tem a nota pra te
123	oferecer ele comprou. Mas, ele quer vender sem a nota pra não pagar imposto. Então,

124	geralmente eu peço nota fiscal. Mas, de coisas, no caso, produto eletrônico. Mas, é
125	muito mais difícil, é óbvio que é muito mais fácil você entrar numa loja de eletrônicos
126	e comprar, você não tem muita garantia de nada não. Eu acredito que o consumidor
127	que se usufrui desse tipo de serviço ele já tem noção, de que pode perder.
128	Entrevistadora: E, como que você descarta os produtos e as embalagens após o uso?
129	Entrevistada nº6: É::, geralmente eu costumo fazer a reciclagem de produtos/ é::
130	esses dias mesmo, eu tinha várias bolsas, que começaram a descascar e é, é um
131	material que não é couro, o que quê você vai fazer? Você vai pôr no lixo? E eu levei/
132	conversei com o sapateiro perto da minha casa e ele ficou com as bolsas “eu posso
133	usar pra alguma coisa”. [Então houve um reuso do material?] é um reuso. Acredito
134	que sim! E, papelão, essas coisas é tudo reciclável. Eu separo né dos resíduos.
135	Entrevistadora: E, na sua opinião, a compra de produtos no comércio informal
136	prejudica o meio ambiente?
137	Entrevistada nº6: É:: assim, (+) eu acredito que sim, porque, tem pessoas que, eu já
138	vi/ a gente vê tanta coisa na rua jogada, que o lixeiro não leva, ele não vai levar. E,
139	esses dias eu tive sérios problemas lá na rua, houve-se/ anunciaram, não sei quem,
140	que passaria a pessoa/ a prefeitura pra recolher, o bota fora que eles chamam. Isso
141	demorou quinze dias a rua estava insuportável, tinha computador, tinha móveis
142	quebrados, tinha tudo na rua. Até que por insistência, eu comecei ligar
143	constantemente pra prefeitura, e, falar: quem anunciou? Quando foi? Onde está
144	escrito que passaria? Porque que não passou? E, ninguém soube me explicar e aí eu
145	acho que eu venci pelo cansaço, porque, depois de quinze dias ligando sem
146	interromper nenhum, eles passaram e recolheram. Mas, é muito difícil. As pessoas
147	infelizmente não tem noção.
148	Entrevistadora: E, aí, no caso, você acha que o descarte dos produtos adquiridos no
149	comércio informal tanto os que são vendidos ali pelo camelô e comprado mesmo,
150	algumas vezes, eles são jogados de qualquer forma?
151	Entrevistada nº6: de qualquer forma.
152	Entrevistadora: E, a compra de produtos no comércio informal prejudica as
153	próximas gerações?
154	Entrevistada nº6: Não vejo isso. Não vejo nenhuma possibilidade. É:: de atrapalhar
155	nada não. No sentido, assim, ele vai/ eles vão ser uma pedra muito grande nos sapatos
156	dos comerciantes, já são. Mas, da população em si não.
157	Entrevistadora: E, você sabe a origem dos produtos vendidos no comércio informal?
158	Entrevistada nº6: Ah, não tenho dúvida que noventa por cento é chinês.
159	Entrevistadora: E isso lhe causa alguma preocupação?
160	Entrevistada nº6: Não! Eu, assim, é óbvio que você/ hoje em dia, um dos produtos
161	mais vendidos em camelô, acredito, depois de acessórios, são celulares. Mas, as
162	pessoas não querem mais celular pra usar mais do que um ano. Porque, a
163	modernidade é tanta que o celular com um ano e meio de uso é obsoleto
164	completamente, então, ele usa pra descartar. É uma pena que descarta de forma
165	errada, mas é pra descartar. [entendi]
166	Entrevistadora: E, você sabe como esses produtos são fabricados?

167	Entrevistada nº6: Não. Assim, é óbvio que a gente tem uma noção. Mas, saber/ Não
168	sei.
169	Entrevistadora: E, isso também te causa alguma preocupação?
170	Entrevistada nº6: Não, de fato não. É eu acredito, assim, é o que eu falei/ eu,
171	particularmente, não fico muito preocupada se aquilo/ quanto tempo aquilo vai me
172	durar, eu compro pela necessidade momentânea. Claro, desde que não seja uma
173	televisão, que você não vai descartar em um ano. Mas, de restante/ eu mesmo não
174	compro celular de camelô. Prefiro comprar um celular de cem reais nas Casas Bahia,
175	que não tem câmera do que um celular de camelô.
176	Entrevistadora: E, você deixaria de comprar um produto no comércio informal caso
177	soubesse que ele causa impacto para a sociedade, meio ambiente e pras próximas
178	gerações?
179	Entrevistada nº6: Aí sim, desde que/ a partir do momento que a gente tem certeza do
180	que pode acontecer e isso é dano, aí eu acho que essa consciência todo mundo tem
181	que ter. Assim como todo mundo se une em prol de uma causa, com certeza, essa era
182	uma causa que eu me uniria.
183	Entrevistadora: E, você acha que ao comprar produtos no comércio informal você
184	está prejudicando ou causando algum risco pra outras pessoas, mesmo que sem
185	intenção ou em pequeno grau?
186	Entrevistada nº6: Acredito que sim. Porque é o que eu falei, os comerciantes que
187	tem loja/ ponto aberto, pagam os seus impostos, são os maiores prejudicados.
188	Entrevistadora: E, o fato de comprar produtos no comércio informal oferece alguma
189	ameaça a dignidade e ao bem estar das outras pessoas?
190	Entrevistada nº6: Ah sim, nesse sentido monetariamente total, né. Muitos pais de
191	família aí que dependem do seu comércio pra sobreviver e é formal, estão sendo
192	muito prejudicados. A gente vê aí o que quê aconteceu na venda de CDs de alguns
193	anos pra cá.
194	Entrevistadora: E, você analisa as consequências positivas ou negativas para você
195	mesma e pra outras pessoas antes de comprar?
196	Entrevistada nº6: Confesso que grandes coisas/ como eu sou uma consumidora
197	exímia de cacarecos, que eu chamo, é:: eu confesso, que não paro pra pensar nessa
198	questão. Mas, quando se pensa/ eu, por exemplo, não compro nada eletrônico de
199	camelô por pensar nisso. Qual é a vantagem que eu vou ter de algo que veio da China,
200	que pode durar muito sim, porque, eu conheço pessoas que compram e que dão sorte.
201	Esse termo que eu uso, é questão de sorte, nem o próprio dono consegue é:: / nem o
202	próprio vendedor consegue te garantir nada, porque ele não sabe como foi fabricado.
203	Entrevistadora: E, em qual situação você deixaria de comprar no comércio
204	informal?
205	Entrevistada nº6: Se todos, se tudo aquilo que eu compro no comércio informal
206	chegasse pelo menos ao mesmo preço. [no comércio formal?] No comércio formal.
207	Eu sei que eles pagam impostos e tudo, mas, eles não pensam em ganhar no montante
208	e sim na unidade. Então, fica difícil comprar.
209	Entrevistadora: E, agora a gente já finalizou as perguntas, agradeço pelas suas

210	respostas. E, eu vou fazer algumas perguntas específicas sobre você. Qual que é a sua
211	formação escolar?
212	Entrevistada nº6: Eu tenho só o segundo grau completo.
213	Entrevistadora: E, atualmente você está trabalhando?
214	Entrevistada nº6: Sim.
215	Entrevistadora: Qual que é a sua profissão?
216	Entrevistada nº6: Eu sou assistente de coordenação.
217	Entrevistadora: E, qual que é a sua renda mensal salarial? Eu vou falar algumas
218	faixas e aí você me fala qual que tá, qual é a que mais se adéqua.
219	De R\$678 a R\$2,034.
220	De R\$2,035 a R\$4,068.
221	De R\$4,069 a R\$6,102.
222	e acima de R\$6,103.
223	Entrevistada nº6: É a segunda questão.
224	Entrevistador: Qual que é o seu estado civil?
225	Entrevistada nº6: Solteira.
226	Entrevistadora: Em qual cidade você reside?
227	Entrevistada nº6: Diadema.
228	Entrevistadora: Em qual você trabalha?
229	Entrevistada nº6: São Bernardo do Campo.
230	Entrevistadora: Qual que é a sua idade?
231	Entrevistada nº6: 44 anos.
232	Entrevistadora: Tá ótimo, eu agradeço muito a sua participação. Queria perguntar
233	se, caso na análise dos dados, eu tenha alguma dúvida, se eu posso te procurar [com
234	certeza] para esclarecê-la. E, dizer que, assim, a entrevista, como eu já havia falado
235	vai ser transcrita na íntegra e, ela estará disponível no trabalho e, no entanto, em
236	nenhum momento você será identificada. E, essa entrevista fará parte da análise dos
237	dados que irá compor o trabalho final, que será apresentado para uma banca
238	examinadora e, posteriormente, estará disponível na biblioteca da Universidade
239	Metodista. Então, caso você tenha alguma dúvida, você pode também consultar o
240	trabalho ou me consultar. Tá ok? Muito obrigada.
241	Entrevistada nº6: Eu que agradeço.

Entrevista 7**Data:** 19 de junho de 2013**Local:** Grand Plaza Shopping

Av. Industrial, 600 – Jardim – Santo André/SP.

Entrevistada 7 (P7)

1	Entrevistadora: Primeiramente eu quero agradecer a sua participação na pesquisa. E,
2	considere que sempre que eu mencionar a palavra produtos estarei me referindo a um
3	ou dos mais seguintes produtos: <i>CDS, DVDS</i> , equipamentos eletrônicos, <i>softwares</i> ,
4	roupas, bolsas, calçados, acessórios, que no caso seriam: relógios, colares, anéis,
5	pulseiras, cintos e etc., brinquedos e/ou utensílios domésticos. E, para responder as
6	perguntas considere apenas o comércio informal que é, para efeito desse estudo,
7	composto por camelôs, marreteiros e/ou vendedores ambulantes.
8	Entrevistadora: Vamos lá, a primeira pergunta é: O que leva você a comprar
9	produtos no comércio informal?
10	Entrevistada n°7: O valor mais baixo.
11	Entrevistadora: E, quais são as vantagens pra você comprar? O valor seria uma das
12	vantagens. Mas, tem outras vantagens?
13	Entrevistada n°7: Ah, oh, a questão do <i>CD</i> né, que o cara vai até a porta do trabalho.
14	[Então, a acessibilidade?]. Acessibilidade.
15	Entrevistadora: E, quais as desvantagens?
16	Entrevistada n°7: (+) o produto, às vezes, tá ruim né.
17	Entrevistadora: Ele não apresenta tanta qualidade?
18	Entrevistado n°5: Tanta qualidade.
19	Entrevistadora: E, o local onde geralmente você faz as suas compras é situado
20	próximo a sua residência ou próximo ao seu trabalho?
21	Entrevistada n°7: Os dois.
22	Entrevistador: Você compra nos dois lugares?
23	Entrevistada n°7: Até longe também.
24	Entrevistador: Em que cidade você compra longe?
25	Entrevistada n°7: São Paulo.
26	Entrevistadora: E, como que você decide o que comprar? Como que você escolhe,
27	como que você decide?
28	Entrevistada n°7: Ah eu faço uma lista, às vezes, ou senão, eu vou com dinheiro na
29	mão e vamô vê o que vai comprar.
30	Entrevistadora: Então, você decide na hora assim?
31	Entrevistada n°7: Na hora...
32	Entrevistadora: E, como você avalia a segurança do local ou da região onde você faz
33	as compras?

34	Entrevistada n°7: Péssima.
35	Entrevistadora: É? Não é seguro, então? [não] E, tem criminalidade?
36	Entrevistada n°7: É.
37	Entrevistadora: E, como você avalia o atendimento?
38	Entrevistada n°7: (+) da cidade?
39	Entrevistadora: De tudo, do camelô, do vendedor ambulante, como ele te atende?
40	Você gosta do atendimento?
41	Entrevistada n°7: Às vezes, bom, às vezes, ruim né. É:: depen/ não tem/ é:: [não tem
42	um padrão]. Não tem um padrão.
43	Entrevistadora: E, com qual frequência você efetua esse tipo de compra?
44	Entrevistada n°7: Todo mês.
45	Entrevistadora: E, o valor aproximado que você gasta por mês?
46	Entrevistada n°7: Cem, duzentos.
47	Entrevistadora: E, como você efetua essas compras, a prazo, pagamento à vista, com
48	cartão, ou cheque?
49	Entrevistada n°7: Pagamento a prazo ou à vista.
50	Entrevistadora: Ah tá e você paga em cartão?
51	Entrevistada n°7: Em cartão não.
52	Entrevistadora: Em cheque ou em dinheiro?
53	Entrevistada n°7: Não, só dinheiro ou a prazo. Que nem o cara do <i>DVD</i> aceita
54	dinheiro depois.
55	Entrevistadora: E, como você avalia os preços no comércio informal? [avaliar?] É.
56	Você acha que são bons os preços, não são?
57	Entrevistada n°7: Tem alguns que são bons, tem outros que não. [Então depende
58	também do/]. Depende do local.
59	Entrevistadora: E, no seu meio familiar, de trabalho e de amigos, é comum a compra
60	de produtos no comércio informal?
61	Entrevistada n°7: É.
62	Entrevistadora: E, o que vem na sua mente quando a gente fala de comércio
63	informal? Qual que é a primeira coisa que vem na sua cabeça?
64	Entrevistada n°7: Pirataria né. [pirataria].
65	Entrevistadora: E, o que você pensa sobre esse tipo de comércio?
66	Entrevistada n°7: (+) não tenho opinião formada. Mas, a questão é que é muito
67	imposto que você paga num, vamos dizer, num <i>CD</i> original e a outra pessoa também
68	não tá roubando, ela tá trabalhando pra ganhar o pão de cada dia.
69	Entrevistadora: E, você acha que as outras pessoas pensam a mesma coisa que
70	você? O que quê você acha que elas pensam?

71	Entrevistada nº7: Algumas sim, outras não né, que nem, recriminam de comprar
72	coisa pirata.
73	Entrevistadora: E, você já ouviu falar ou leu em jornal, rádio, televisão ou na
74	internet algo sobre o comércio informal, que você possa citar algum exemplo pra
75	mim?
76	Entrevistada nº7: Não.
77	Entrevistadora: E, quando os produtos comprados no comércio informal apresentam
78	algum problema, como você resolve a questão junto ao vendedor?
79	Entrevistada nº7: Normalmente o <i>DVD</i> ele troca.
80	Entrevistadora: E, você se sente segura no que se refere à qualidade ao comprar no
81	comércio informal?
82	Entrevistada nº7: Não.
83	Entrevistadora: E, que tipo de produto geralmente você compra?
84	Entrevistada nº7: Bolsa, relógio e <i>DVD</i> .
85	Entrevistadora: E, esses produtos, geralmente, têm uma durabilidade curta ou você/
86	Entrevistada nº7: Não a longo prazo [atende a sua necessidade?] atende a minha
87	necessidade.
88	Entrevistadora: E, como que você joga fora esses produtos depois que você usa?
89	Entrevistada nº7: Nenhum eu joguei fora ainda. [não?] Não.
90	Entrevistadora: E, você sabe se esses produtos podem ser reciclados, você separa
91	pra coleta seletiva?
92	Entrevistada nº7: Sim, eles são todos recicláveis, a bolsa, o <i>DVD</i> e o relógio é tudo
93	reciclável. [aí da pra/ aí você separa?] Separo.
94	Entrevistadora: E, causa alguma preocupação se esse produto não pode ser reciclado
95	ou você não se preocupa?
96	Entrevistada nº7: Não. Nunca parei pra pensar.
97	Entrevistadora: E, na sua opinião, a compra de produtos no comércio informal ela
98	prejudica o meio ambiente?
99	Entrevistada nº7: (7,0) Não sei, não tenho opinião também. [você nunca pensou?]
100	Nunca parei pra pensar.
101	Entrevistadora: E, ela prejudica as próximas gerações? Os seus filhos, os filhos dos
102	seus colegas? Você acha que o fato de você comprar no comércio informal pode
103	prejudicar as próximas gerações?
104	Entrevistada nº7: (5,0) Acho que não. [não].
105	Entrevistadora: E, você sabe a origem dos produtos vendidos no comércio informal?
106	E, como eles são fabricados?
107	Entrevistada nº7: Não.
108	Entrevistadora: Isso causa alguma preocupação pra você?

109	Entrevistada n°7: Não.
110	Entrevistadora: E, você deixaria de comprar um produto no comércio informal, caso
111	soubesse que ele causa impacto para a sociedade, pro meio ambiente e para as
112	próximas gerações?
113	Entrevistada n°7: Sim.
114	Entrevistadora: E, você acha que ao comprar produtos no comércio informal você
115	está prejudicando ou causando risco as outras pessoas, mesmo que sem intenção em
116	pequeno grau. [Se eu deixaria de comprar?] Não, se o fato de você comprar no
117	comércio informal prejudica ou causa algum risco para as outras pessoas, se causa
118	algum risco ou prejudica as outras pessoas, mesmo que sem intenção e em pequeno
119	grau?
120	Entrevistada n°7: Não. [você acha que não prejudica?] Não.
121	Entrevistadora: E, o fato de comprar no mercado informal ele ameaça a dignidade e
122	o bem estar das outras pessoas? As pessoas podem ser prejudicadas ou ameaçadas por
123	conta disso?
124	Entrevistada n°7: Sim. [Você pode citar algum exemplo?] Ah, que nem as pessoas
125	tem <i>DVD</i> original elas pagam impostos, elas pagam aluguel, água, luz e a pessoa que/
126	o vendedor ambulante não paga nada disso, né. Entre aspas né, porque querendo ou
127	não, o <i>DVD</i> ele compra, a cópia que ele tira, tudo ele paga imposto.
128	Entrevistadora: E, você analisa as consequências positivas e negativas pra você
129	mesma e pras outras pessoas antes de comprar no comércio informal?
130	Entrevistada n°7: Não.
131	Entrevistadora: Em qual situação você deixaria de comprar no comércio informal?
132	Entrevistada n°7: Um valor muito absurdo. Pelo valor mesmo ou senão aquilo que
133	prejudicasse a natureza/, a reciclagem, a natureza, como você falou.
134	Entrevistadora: Agora eu vou fazer perguntas sobre o seu perfil para que eu possa
135	incluir no trabalho. Então é:: qual que é a sua formação escolar?
136	Entrevistada n°7: Técnico em estética.
137	Entrevistadora: Atualmente você está trabalhando?
138	Entrevistada n°7: Sim.
139	Entrevistadora: Qual que é a sua profissão?
140	Entrevistada n°7: Auxiliar administrativo.
141	Entrevistadora: E, qual que é a sua renda mensal salarial? Eu vou falar algumas
142	opções e aí você me fala qual que se encaixa.
143	De R\$678 a R\$2,034.
144	De R\$2,035 a R\$4,068.
145	De R\$4,069 a R\$6,102.
146	e acima de R\$6,103.
147	Entrevistada n°7: A primeira.
148	Entrevistadora: O seu estado civil que quê é?

149	Entrevistada n°7: Solteira.
150	Entrevistadora: Em qual cidade você reside?
151	Entrevistada n°7: Ribeirão Pires.
152	Entrevistadora: Em qual cidade você trabalha?
153	Entrevistada n°7: Santo André.
154	Entrevistadora: E, qual que é a sua idade?
155	Entrevistada n°7: 26.
156	Entrevistadora: Tá ótimo. Eu agradeço muito a sua participação e o estudo vai estar disponível na biblioteca da Universidade Metodista. Então, caso você tenha alguma dúvida e queira consultar o trabalho ele estará disponível após a apresentação, né, na biblioteca. E, eu gostaria de perguntar, se eu tiver alguma dúvida, na análise dos dados, eu posso te ligar, te procurar pra tirar alguma dúvida?
161	Entrevistada n°7: Pode.
162	Entrevistadora: Então, tá bom, muito obrigada. [por nada].

Entrevista 8**Data:** 19 de junho de 2013**Local:** Rua Biquara – Eldorado – Diadema/SP.

1	Entrevistadora: Então vamos lá! Eu quero agradecer a sua participação na pesquisa.
2	[por nada]. E, considere que sempre que eu mencionar a palavra produtos estarei me
3	referindo a um ou dos mais seguintes produtos: <i>CDS</i> , <i>DVDS</i> , equipamentos
4	eletrônicos, <i>softwares</i> , roupas, bolsas, calçados, acessórios, e no caso dos acessórios
5	seriam: relógios, colares, anéis, pulseiras, cintos etc., brinquedos e/ou utensílios
6	domésticos. E, para responder as perguntas considere apenas o comércio informal
7	que, para efeito desse estudo, é composto pelos camelôs, marreteiros e/ou vendedores
8	ambulantes.
10	Entrevistadora: Então a primeira pergunta é: o que leva você a comprar no comércio
11	informal?
12	Entrevistada n°8: A primeira coisa é o preço.
13	Entrevistadora: Então o preço seria uma vantagem?
14	Entrevistada n°8: Com certeza.
15	Entrevistadora: E, qual que seria a desvantagem de comprar nesse/?
16	Entrevistada n°8: Qualidade.
17	Entrevistadora: Eles apresentam qualidade inferior é isso?
18	Entrevistada n°8: Com certeza.
19	Entrevistadora: E, como que você decide o que comprar? Como que você toma esse
20	tipo de decisão? Do que comprar, como comprar?
21	Entrevistada n°8: Tem algumas coisas que a gente já tem como cultura mesmo
22	comprar. Igual, por exemplo, <i>CD</i> e <i>DVD</i> é muito caro, <i>CD</i> e <i>DVD</i> pras pessoas de
23	baixa renda, porque é um <i>CD</i> original, um <i>DVD</i> original, cinquenta reais, mais ou
24	menos. E, no camelô você compra muito mais barato, dez vezes mais barato. Então,
25	é:: acho que é/ preciso, quero assistir um filme eu vou lá e vou escolher o mais barato.
26	Então, já vou direto naquilo, sei que vou comprar do informal mesmo,
27	provavelmente. Agora, outros tipos de produto, biju, essas coisas, é o atrativo mesmo,
28	você passa, viu, gostou, achou bonitinho né, ou tá precisando, já sabe onde tem.
29	Entrevistadora: E, o local onde geralmente faz as suas compras está situado próximo
30	da sua residência ou ao seu lugar de trabalho?
31	Entrevistada n°8: Nos dois. Nos dois.
32	Entrevistadora: E, você compra em outra cidade? No comércio informal de outra
33	cidade?
34	Entrevistada n°8: Dificilmente. Geralmente é mais próximo de casa e do trabalho.
35	Entrevistadora: E, como você avalia a segurança do local ou da região onde você faz
36	as suas compras?
37	Entrevistada n°8: Segurança da redondeza é isso? (+) Nunca parei pra avaliar
38	((risos)). A menos assim é::, por exemplo, você vai para o centro de São Paulo que é
39	um lugar onde o comércio informal é muito forte né, aí você sabe que também a

40	segurança é falha, então você já vai com aquela/ com a ideia de é::, que vou comprar
41	isso, preciso comprar tal coisa vai já escolhe o local e vai um pouquinho já receoso,
42	guarda o dinheiro bem escondidinho, mas nada/
43	Entrevistadora: Então você já comprou algumas vezes em São Paulo? [sim] E, aí
44	você teve essa percepção de uma segurança um pouco falha?
45	Entrevistada n°8: Sim, sim. É bem nítido, principalmente onde há concentração do
46	comércio informal, mas não é uma coisa constante. Que eu saia vá pra lá sempre pra
47	comprar lá. Geralmente no dia a dia é mais próximo de casa.
48	Entrevistadora: E, como você avalia o atendimento no comércio informal?
49	Entrevistada n°8: ((risos)) Então depende. Depende muito. Porque tem pessoas, tem
50	vendedores, que tratam assim né, igual tá tratando cachorro, não tem educação, não
51	tem tato. Mas, em alguns lugares tem aqueles vendedores que já são mais/ sabem que
52	precisam do cliente, né. Sabe adular, sabe vender.
53	Entrevistadora: E, com qual frequência você efetua compras no comércio informal?
54	Entrevistado n°8: Ah não tem uma frequência estabelecida assim, eu preciso, é como
55	eu falei eu preciso/ quero assistir um filme aí eu sei que vou comprar um DVD, passei
56	vi um brinco, que eu gostei, aí eu pego.
57	Entrevistadora: E, qual valor aproximado que você gasta mensalmente?
58	Entrevistada n°8: Mensalmente no comércio informal? (+) ah, eu gasto pouco. Uns
59	vinte reais. Quinze, vinte reais, por aí.
60	Entrevistadora: E, você efetua as compras à vista ou a prazo no comércio informal?
61	Entrevistada n°8: À vista. Sempre em dinheiro.
62	Entrevistadora: E, como você avalia os preços no comércio informal? No início da
63	entrevista você falou que são bons. Então, geralmente eles são bons ou você já
64	encontrou preços ruins? Como você avalia de maneira geral o preço no comércio
65	informal?
66	Entrevistada n°8: Eu falo assim, quando eu falo são bons é assim, é a vantagem, né.
67	Se você tem uma vantagem, voltando né nos <i>DVDs</i> né, você tem a vantagem. Um
68	<i>DVD</i> original o preço é muito mais alto, então você acaba comprando um pirata no
69	comércio informal, porque o preço, o filme é o mesmo. Agora tem alguns produtos,
70	se eu chegar no comércio informal e eu ver que o preço tá compatível com o que eu
71	compraria numa loja formal, aí eu vou optar por comprar na loja até pela garantia
72	mesmo. Da segurança tal, do produto ser melhor.
73	Entrevistadora: E, você se sente segura no que se refere à qualidade ao comprar no
74	comércio informal?
75	Entrevistada n°8: Não ((risos)) Eu já vou consciente que é uma coisa que não vai
76	durar muito, que é uma coisa que não vai ser cem por cento.
77	Entrevistadora: E, quando produto apresenta problemas como que você resolve a
78	questão junto ao fornecedor?
79	Entrevistada n°8: Se:: comprei agora e já deu defeito, aí eu vou atrás, como em
80	qualquer outro lugar. Vou atrás do vendedor e vou tentar ou reaver o dinheiro ou um
81	outro produto no lugar. Agora, se for depois de algum tempo de uso como eu já estou

82	consciente que a qualidade não é das melhores, então eu acabo deixando pra lá.
83	Entrevistadora: E, no seu meio familiar, de trabalho, de amigos é comum a compra
84	de produtos no comércio informal? [Como assim? Em conjunto ou as pessoas/?] De
85	maneira geral, no seu meio familiar, no trabalho e os seus amigos? Eles compram no
86	comércio informal? É comum as pessoas com quem você se relaciona comprar no
87	comércio informal?
88	Entrevistada n°8: Sim.
89	Entrevistadora: E, quando nós falamos de comércio informal, o que quê vem na sua
90	cabeça? O que quê vem na sua mente? Como você olha o comércio informal?
91	Entrevistada n°8: Então é::, pelo menos no meu caso eu penso logo no camelô
92	aquele que vende produto pirata, produto Paraguai sabe, importado do Paraguai.
93	Entrevistadora: E, o que quê você pensa sobre esse tipo de comércio?
94	Entrevistada n°8: (+) Olha, é difícil essa pergunta. (+) É, uma resposta geral que
95	você quer? Econômica?
96	Entrevistadora: É a sua percepção sobre esse tipo de comércio, qual que é a sua
97	opinião? Como você enxerga? Como você avalia?
98	Entrevistado n°8: Então tem os dois lados da moeda né. Por um lado você tem
99	pessoas que precisam daquilo, que muitas vezes não tem é::, formação pra conseguir
100	outro emprego, tem família pra sustentar e precisa mesmo. Tem as pessoas que se
101	aproveitam disso né, porque ganham um dinheiro mais fácil porque burla algumas leis
102	e tal. E, por outro lado tem o lado negativo, que eu acho mais negativo, que é o fato
103	de/ do contrabando do/ da falsificação de produtos, tudo isso que a gente sabe que é/
104	que envolve até outros crimes maiores.
105	Entrevistadora: E, as pessoas, as outras pessoas, de maneira geral, o que quê você
106	acha que elas pensam? Se um dia você já conversou com alguém sobre o assunto, o
107	que quê foi falado?
108	Entrevistado n°8: (+)Você me pegou. (+) Não sei. Acho que tá tão estabelecido pelo
109	menos assim onde eu moro, tá tão estabelecido, assim, na cidade que as pessoas já
110	não criticam mais tanto, né. Às vezes, se espanta com a quantidade de ambulantes nas
111	ruas e tal. Mas, criticar mesmo, às vezes, as pessoas nem criticam mais. Elas se
112	espantam com a quantidade, mas elas estão acostumadas.
113	Entrevistadora: Mas, hoje em dia você acha que tem mais vendedores ambulantes
114	do que tinham no passado é isso?
115	Entrevistada n°8: (+) Tem. Tem porque antigamente eu acho que tinha algumas
116	coisas que você achava no mercado informal e hoje tudo que você quiser tem no
117	mercado informal.
118	Entrevistadora: E, você já ouviu ou leu em jornais, rádios, televisão ou na internet
119	algo sobre o comércio informal, que você possa citar algum exemplo pra mim?
120	Entrevistada n°8: Ah já li sim, várias vezes. Mas, não vou lembrar/ é::: um que
121	passou, assim, me passou agora pela cabeça é aquele pessoal principalmente os
122	bolivianos ((risos)) os chilenos, que vêm pro Brasil né, e::, às vezes, montam algum
123	negócio informal, às vezes, oficina clandestina e tudo mais né, a gente ouvi falar de
124	trabalho escravo. E, principalmente no centro de São Paulo, eles se estabelecem por

125	ali e muita coisa acaba girando, fora a ilegalidade, eles ficam ilegal, trazem pessoas
126	pra trabalhar né, pra trabalho escravo, coisas do tipo.
127	Entrevistadora: Como você descarta os produtos e as embalagens após o uso? De
128	maneira geral, os produtos que você comprou no comércio informal, depois que você
129	usa, como que você joga fora?
130	Entrevistada n°8: Normalmente, no lixo comum. Agora eletrônicos, independente de
131	ser do comércio informal ou não, eu procuro jogar no lixo apropriado né.
132	Entrevistadora: E, você não separa então pra coleta seletiva os produtos do comércio
133	informal?
134	Entrevistada n°8: Não até porque eu não compro tanto assim que [que gere] isso que
135	gere esse tipo de resíduo.
136	Entrevistadora: E, causa alguma preocupação o fato desses produtos não serem
137	reciclados?
138	Entrevistada n°8: (4,2) Ah como eu falei, eu acho que não gera tanto lixo. Desses
139	produtos em si. Porque talvez eu não consuma tanto ou então não gera assim uma
140	quantidade significativa de lixo, então, eu acho que não.
141	Entrevistadora: Os <i>CDs</i> e <i>DVDs</i> que você não usa mais o que quê você faz com
142	eles?
143	Entrevistada n°8: Sei lá ((risos)) a gente costuma deixar ali tantos anos, dá pra outra
144	pessoa né, quando não quer mais. Acaba passando pra frente é difícil jogar <i>DVD</i> no
145	lixo porque não está funcionando.
146	Entrevistadora: E, na sua opinião, a compra de produtos no comércio informal
147	prejudica o meio ambiente?
148	Entrevistada n°8: A compra? [o fato de você comprar você acha que você está
149	prejudicando o meio ambiente?] É quando eu compro, eu não penso nisso, mas, agora
150	analizando, sim! Se você analisar todos esses fatores, como eu falei contrabando, a
151	forma como é produzida e tudo, com certeza prejudica.
152	Entrevistadora: E, você acha que prejudica também as próximas gerações?
153	Entrevistada n°8: Sim, a partir do momento que não tá sendo bem descartado e
154	fabricado com as normas, né, legais que deveria ser, com certeza.
155	Entrevistadora: E, você sabe a origem dos produtos do comércio informal?
156	Entrevistada n°8: Não.
157	Entrevistadora: E, isso causa alguma preocupação?
158	Entrevistada n°8: Sim, como eu falei, é:: eu já me peguei pensando, principalmente,
159	nessa coisa do contrabando, assim, tinha muita resistência, até um tempo eu tive
160	muita resistência principalmente eletrônicos, de comprar no mercado informal.
161	Primeiro por causa da qualidade, né. Porque por mais que seja barato não é, não é
162	pouco dinheiro. E, por outro, por causa da procedência mesmo como eu falei, a gente
163	sabe que tem muitas envolvidas por trás, então, durante um tempo eu tive uma certa
164	resistência em comprar. Principalmente os eletrônicos, né. Eu respondi a sua
165	pergunta? Eu vou falando depois eu esqueço ((risos)). [sim]

166	Entrevistadora: E, você sabe como esses produtos são fabricados?
167	Entrevistada nº8: Não. Algumas coisas a gente imagina por reportagens que a gente
168	vê. Como no caso do <i>CDs</i> , às vezes, eles descobrem alguns lugares que fabricam, aí a
169	gente vê a forma como é feito lá. Às vezes, uma sala com um computador e um outro
170	aparelho que faz milhões de <i>CDs</i> . Só assim por reportagens mesmo.
171	Entrevistadora: E, assim esse fato te causa alguma preocupação?
172	Entrevistada nº8: Então aí, a pergunta anterior né, que entra na pergunta anterior,
173	por causa desse tipo de coisa, de algumas coisas que estão envolvidas da
174	clandestinidade e tal, eu tive durante um tempo alguma resistência.
175	Entrevistadora: E, você deixaria de comprar algum produto no comércio informal
176	caso soubesse que ele causa impacto pra sociedade, pro meio ambiente e para as
177	próximas gerações?
178	Entrevistada nº8: É::: se eu falar que sim eu tô sendo contraditória ((risos)) com a
179	resposta anterior, porque no fundo a gente sabe que é/ que causa né, lá no fundo/ a
180	gente não para pra pensar, como eu respondi. Mas, se a gente parar pra analisar a
181	gente sabe que causa e aí eu não compro mais mesmo, né. Mas aí, lá no começo a
182	questão do preço acaba atraindo.
183	Entrevistadora: E, você acha que ao comprar produtos no comércio informal você
184	está prejudicando ou causando risco para as outras pessoas? (((risos))) Mesmo que
185	sem intenção e em pequeno grau?
186	Entrevistada nº8: Nossa. (7,0) Repete a pergunta, por favor.
187	Entrevistadora: Você acha que ao comprar produtos no comércio informal você está
188	prejudicando ou causando risco para as outras pessoas? Mesmo que sem intenção e
189	em pequeno grau?
190	Entrevistada nº8: Sim, mesmo sem intenção, sem perceber, no momento, que eu
191	estou comprando. [De qual forma assim você pensou agora?] (5,0) É:: essas coisas,
192	essas coisas indiretas mesmo, da forma como foi fabricado, a forma como chegou o
193	produto até a ali, porque, às vezes, passa por várias situações que a gente não sabe,
194	né, a gente não sabe a procedência. Qualidade mesmo, por exemplo, você compra um
195	equipamento eletrônico, você sabe que a segurança daquele equipamento, do uso
196	daquele equipamento não é o mesmo de um original de fabrica.
197	Entrevistadora: E, o fato de comprar produtos no comércio informal oferece ameaça
198	a dignidade e ao bem estar de outras pessoas?
199	Entrevistada nº8: Eu comprar? [É] ameaça a dignidade de outros? [A dignidade ou o
200	bem estar dessas pessoas. Se causa mal estar pra essas pessoas? O fato de você estar
201	comprando?] Pras outras pessoas? [É! A sociedade] Pra sociedade? (+) Não. Eu acho
202	que não.
203	Entrevistadora: E, antes de comprar, você analisa as consequências positivas e
204	negativas pra você mesma e para as outras pessoas?
205	Entrevistada nº8: Sim, analiso.(+) Analiso.
206	Entrevistadora: E, em qual situação você deixaria de comprar no comércio
207	informal?
208	Entrevistada nº8: (2,0) Deixaria de comprar qualquer coisa? No caso, dos <i>CDs</i> e

209	<i>DVDs</i> o custo. Porque apesar de a gente ter noção de todo custo que envolve a
210	produção de um <i>CD</i> , de um filme, mesmo assim é::: as pessoas de baixa renda, é
211	muito caro o produto, então, é muito difícil você falar assim, vou parar de comprar
212	<i>DVD</i> pirata, não compro mais, vou comprar só o original, então vou assistir um filme
213	por ano, porque eu não vou comprar, eu não vou ter dinheiro mesmo pra comprar. As
214	pessoas têm outras coisas pra consumir. No caso de/ aí, a pergunta, desculpa fugiu [A
215	questão de deixar de comprar] Deixar de comprar, né? [Se você deixaria de comprar].
216	É então agora outras coisas, assim, como bijus, eu acho que (+) eu até deixaria sim,
217	se, você acha algumas coisas mais em conta. Eu não sou muito consumista, como eu
218	falei, né, então eu não compro tanta frequência. Só se me atrai mesmo. Vejo
219	vantagem financeira. Eu acho que deixaria.
220	Entrevistadora: Ótimo eu agradeço as respostas para as questões, agora eu vou fazer
221	algumas questões sobre o seu perfil para que eu possa incluir no estudo tá?
222	Entrevistadora: Qual que é a sua formação escolar?
223	Entrevistada n°8: Superior completo.
224	Entrevistadora: E, qual que é a área que você estudou?
225	Entrevistada n°8: Letras. .
226	Entrevistadora: E, atualmente você está trabalhando?
227	Entrevistada n°8: Sim.
228	Entrevistadora: Qual que é a sua profissão?
229	Entrevistada n°8: Agente administrativo.
230	Entrevistadora: E, eu vou falar algumas faixas de renda e aí eu peço que você
231	sinalize qual que é a sua faixa:
232	De R\$678 a R\$2,034.
233	De R\$2,035 a R\$4,068.
234	De R\$4,069 a R\$6,102.
235	e acima de R\$6,103.
236	Entrevistada n°8: O meu é até dois mil e pouco. [Dois mil e trinta e quatro?] Isso.
237	Entrevistadora: Qual que é o seu estado civil?
238	Entrevistada n°8: Solteira.
239	Entrevistadora: Em qual cidade você mora?
240	Entrevistada n°8: Diadema.
241	Entrevistadora: E, trabalha em qual cidade?
242	Entrevistada n°8: Diadema também.
243	Entrevistadora: E, qual que é a sua idade?
244	Entrevistada n°8: 32.
245	Entrevistadora: Tá ótimo. Eu agradeço muito a sua participação e essa pesquisa,
246	essa entrevista estará disponível na íntegra no trabalho, se você tiver alguma dúvida
247	você pode me procurar e se for necessário consultar o trabalho, ele vai estar
248	disponível também na biblioteca, após a apresentação, na biblioteca da Universidade

249	Metodista, tá bom. Muito obrigada e se eu tiver alguma duvida na análise dos dados
250	eu posso te procurar?
251	Entrevistada nº8: Sim.
252	Entrevistadora: Então tá bom, obrigada!
253	Entrevistada nº8: Por nada.

Entrevista 9**Data:** 20 de junho de 2013**Local:** Instituto Metodista de Ensino Superior

Rua do Sacramento, 230 – Rudge Ramos – São Bernardo do Campo / SP.

1	Entrevistadora: Primeiramente eu quero agradecer a sua participação, você está
2	contribuindo para o crescimento da pesquisa acadêmica, né. E, eu vou caracterizar
3	aqui a pesquisa pra que a gente possa dar andamento nas perguntas, tá? Então
4	considere que sempre que eu mencionar a palavra produtos, estarei me referindo a um
5	ou dos mais seguintes produtos: <i>CDs, DVDs</i> , equipamentos eletrônicos, <i>softwares</i> ,
6	roupas, bolsas, calçados, acessórios, que no caso seriam: relógios, colares, anéis,
7	pulseiras, cintos etc., brinquedos e/ou utensílios domésticos. E, para responder as
8	perguntas considere apenas o comércio informal que para efeito deste estudo, é
9	composto pelos camelôs, marreteiros e/ou vendedores ambulantes.
10	Entrevistadora: Então a primeira pergunta é: O que leva você a adquirir produtos no
11	camelô? E, aí se você puder citar uma vantagem, uma desvantagem da compra no
12	comércio informal.
13	Entrevistado n°9: A principal vantagem, acho que pra mim e pra qualquer um que
14	compra, é preço, né, preço é bem inferior do que é cobrado normalmente. Uma
15	desvantagem é que é informal, né, não tem a parte tributaria etc., que o governo acaba
16	deixando de arrecadar.
17	Entrevistadora: Então em grande parte você compra por conta do preço?
18	Entrevistado n°9: Sim. Sim, totalmente.
19	Entrevistadora: E, como que você decide o que comprar, como que você escolhe o
20	que comprar?
21	Entrevistado n°9: Necessidade mesmo. Necessidade. Você precisa de uma roupa, de
22	alguma coisa, aí você começa a procurar aí não cabe no bolso, você acaba partindo
23	pro lado da informalidade.
24	Entrevistadora: E, o local onde geralmente faz as suas compras está situado próximo
25	a sua residência ou ao seu lugar de trabalho?
26	Entrevistado n°9: Local de trabalho.
27	Entrevistadora: E, você efetua compras no comércio informal de outras cidades que
28	não seja aonde você trabalha e mora?
29	Entrevistado n°9: Ah sim. Mas, assim, quando vai viajar, alguma coisa, de repente
30	você acaba comprando, camisetas, roupas de/, da região, comemorativas, né, “alguém
31	lembrou de você” de certo que a maioria, pode se dizer, é informal.
32	Entrevistadora: E, como você avalia a segurança do local ou da região onde faz as
33	suas compras?
34	Entrevistado n°9: Não vejo muito problema, é movimentado, tem os roubos, os
35	furtos e etc., mas, acho que é a mesma coisa que tem em qualquer lugar. Hoje em dia
36	assaltam até shopping, então, não vejo muita diferença não.
37	Entrevistadora: E, como você avalia o atendimento no comércio informal?
38	Entrevistado n°9: Bom. Bom. Eu não/ eu acho assim, eles tem, eles são um pouco

39	afobados né, eles querem rápido porque é um/ normalmente é muito cheio, tem muita
40	gente, então eles são meio afobados. Mas, atendem bem até viu, tem vez até que
41	melhor que o mercado formal aí que a pessoa tem um salário e de repente tá ali só pra
42	receber no final do mês, e acaba te atendendo pior, com má vontade, alguma coisa,
43	reparando nas suas vestimentas, coisa que no mercado informal você pode ir de
44	chinelo com prego que ele vai te atender do mesmo jeito.
45	Entrevistadora: E, com qual frequência você efetua a compras?
46	Entrevistado n°9: Ah essa é difícil. Ah não sei acho que a cada uns dois meses aí eu
47	vou acabar comprando alguma coisa.
48	Entrevistadora: E, o que você compra geralmente?
49	Entrevistado n°9: Roupa, <i>CDs</i> , parte de música, filme, ah quando lança, acho que
50	<i>softwares</i> boa parte também acho que mais essa/ esse nicho.
51	Entrevistador: E, qual o valor aproximado que você gasta quando você efetua
52	compras mensalmente ou por vez?
53	Entrevistado n°9: Depende do que vai comprar né. Se for <i>CD</i> , essa parte de <i>CD</i>
54	assim, é pouquinho coisa de vinte, trinta reais aí que cê acaba gastando. Agora se for
55	com roupa eu gasto uns cinquenta, cem reais aí em uma volta na hora do almoço.
56	Entrevistadora: E, como você efetua as suas compras? Elas são à vista, a prazo,
57	dinheiro, cheque ou cartão?
58	Entrevistado n°9: Então normalmente nesses lugares em dinheiro. [e à vista?] e à
59	vista. Normalmente em dinheiro e à vista. Não gosto muito, não sou muito a favor de
60	passar cartão nesses lugares.
61	Entrevistadora: E, como você avalia os preços do comércio informal?
62	Entrevistado n°9: Muito inferiores do que/ eu acho que mais inferior ainda/ além do
63	que é a nossa carga tributária. É bem inferior ao que cê encontra em loja e em
64	shopping. É bem distorcida a realidade.
65	Entrevistadora: E, no seu meio familiar, de trabalho, de amigos é comum a compra
66	de produtos no comércio informal?
67	Entrevistado n°9: Ah sim viu. Sim! Essa parte de <i>software</i> , <i>CD</i> e filmes isso é
68	comum.
69	Entrevistadora: E, o que vem a sua mente quando a gente fala de comércio informal,
70	qual que é a primeira coisa que você pensa quando a gente fala de comércio informal?
71	Entrevistado n°9: Ah pirataria de <i>CD</i> ((risos)) música, filme, a primeira coisa que
72	vem é as barraquinhas de <i>CD</i> que cê vai no centro de São Paulo tem uma em cada
73	esquina.
74	Entrevistadora: E, na cidade onde você mora, você vê bastante barraquinha de <i>CD</i> ?
75	Entrevistado n°9: Não, não onde eu moro não. Pouco, tem alguns que passam aí nos
76	comércios, de repente cê tá cortando o cabelo, alguma coisa, de vez em quando
77	aparece um etc. Mas, na rua não. Em São Caetano não tem. [É mais vendedor
78	ambulante então?] É. [de <i>CDs</i> ?] que aparecem, não sei nem da onde. Mas, de vez em
79	quando aparece um ou outro, mas barraquinha em São Caetano cê não vê. Não tem.

80	Entrevistadora: E, você já ouviu ou leu em jornais, rádios, televisão ou internet algo
81	sobre o comércio informal que você possa citar algum exemplo pra mim?
82	Entrevistado nº9: Ah tem/ existem algumas reportagens, já vi até no início de filmes
83	ah (+) de filmes vamos dizer formais e etc., originais, né, vem que pirataria é crime,
84	incentiva o crime etc. Não sei se sou totalmente a favor dessa ideologia. Mas, é que
85	nem eu falei, é muito gritante a diferença de preço.
86	Entrevistadora: E, quando os produtos comprados no comércio informal,
87	apresentam algum problema como você resolve a questão junto ao vendedor?
88	Entrevistado nº9: Então dependendo do que for, se for um CD que você comprou na
89	rua e nem uma barraquinha, cê nem sabe direito, é perda, né. Mas, assim quando é
90	roupa ou alguma coisa de um valor até um pouquinho maior, um valor um pouco
91	mais alto, que nem a roupa você vai gastar, sei lá uns cinquenta reais aí normalmente
92	é uma pessoa que tá sempre naquela localidade. Aí cê acaba indo lá e trocando.
93	Normalmente essa pessoa não tem problema em troca, essas coisas. Nunca tive.
94	Entrevistadora: E, você se sente seguro no que se refere à qualidade ao comprar no
95	comércio informal?
96	Entrevistado nº9: É ((risos)). Cê sabe que é um pouquinho, é um pouco inferior e
97	você fica, assim, é meio questão de sorte, principalmente nessa parte de CDs etc.
98	Muitas vezes cê já usa o CD, mas, se cê tiver que usar daqui dois três meses o CD já
99	embolorou, já riscou sozinho, já saiu. É inferior, mas com o preço de um cê compra
100	cinco do outro, então...
101	Entrevistadora: E, como você descarta esses produtos que você compra no comércio
102	informal?
103	Entrevistado nº9: Da mesma forma que o formal. Roupas parou de servir, não serve
104	mais se tá muito velha vira pano de chão se tá com condições de uso vai pra doação.
105	Aí CD, de <i>software</i> fica lá eternamente lá nas gavetas, até precisar de novo ou até cê
106	achar que esse aqui já não serve mais pra nada, aí você quebra e joga fora.
107	Entrevistadora: Aí você joga no lixo convencional ou você faz alguma coleta
108	seletiva?
109	Entrevistado nº9: Convencional. CD é convencional.
110	Entrevistadora: E, causa alguma preocupação o fato desses produtos não serem
111	reciclados?
112	Entrevistado nº9: Causa, mas, eu acho que a questão de ser informal acho que não
113	interfere nessa preocupação. Acho que é uma preocupação desde o produto formal,
114	legal até o informal. Acho que isso é uma preocupação que deveria existir na cadeia
115	como um todo, na cadeia produtiva como um todo. Porque independente de ser um
116	produto original ou não ele é descartado do mesmo jeito, não tem uma coleta seletiva,
117	não tem um posto de troca. Não tem.
118	Entrevistadora: E, na sua opinião a compra de produtos no comércio informal
119	prejudica o meio ambiente?
120	Entrevistado nº9: O meio ambiente? (+) Acho que se prejudicar, pode ser de repente
121	na questão de produção, que a gente não sabe como que acontece exatamente, que
122	teoricamente numa empresa maior existe um controle maior, existe alguns órgãos
123	anuentes aí que fiscalizam, então, de repente tem um controle maior da origem da

124	matéria prima e etc. Nesse ponto pode ser que de repente agrida um pouco mais o
125	meio ambiente. Acho que nesse ponto.
126	Entrevistadora: Então, você não sabe a origem dos produtos do comércio informal?
127	Entrevistado nº9: Não. De uma matéria prima, essas coisas, você não sabe. [E, como
128	eles são fabricados você sabe?] Também não. Na verdade você não sabe nem quando
129	é o formal, é que você acredita que o formal seja com critérios de produção maior.
130	Apesar de já ter escutado, por exemplo, uma <i>Nike</i> com trabalho escravo. Então, é
131	relativo isso. Mas, você acredita que uma empresa, com nome, produtos formais,
132	legais, etc., sejam ah:: com preocupação ambiental e um processo de qualidade maior.
133	Entrevistadora: E, você acha que a compra de produtos no comércio informal
134	prejudica as próximas gerações?
135	Entrevistado nº9: Eu acho que pode até acabar prejudicando, mas acho que serve até
136	mais como alerta pro governo rever, de repente uma carga tributária e o porquê que
137	essas pessoas estão na informalidade. Eu não acho que é isso que vai matar o futuro
138	da nação. Acredito que seja mais um ponto para se refletir. De repente se você cobrar
139	menos imposto, um pouquinho menos de cada um, de repente cê consegue jogar todo
140	mundo na formalidade e a arrecadação em si fica no mesmo ponto.
141	Entrevistadora: Você deixaria de comprar algum produto no comércio informal caso
142	você soubesse que ele causa impacto pra sociedade, pro meio ambiente e pras
143	próximas gerações?
144	Entrevistado nº9: Se for um impacto comprovado realmente, se tiver realmente
145	provado, ah porque é feito, destrói o meio ambiente, alguma coisa, eu deixaria. Eu
146	deixaria.
147	Entrevistadora: E, você acha que ao comprar produtos no comércio informal você
148	está prejudicando ou causando riscos para as outras pessoas? Mesmo que sem
149	intenção ou em pequeno grau?
150	Entrevistado nº9: Não, eu acho que não. Acho que é que nem eu falei, acho que é
151	relativo porque tem gente que tem preconceito e fala que é muito que é bandido que
152	trabalha na informalidade etc. Eu já acho que tem bandido de gravata também, então,
153	eu acho que bandido tem nas duas áreas, tanto na parte formal quanto na parte
154	informal. Acredito sim que tem muita gente trabalhadora na parte informal, que
155	infelizmente não consegue abrir uma empresa, não consegue entrar na formalidade ou
156	mesmo no mercado de trabalho.
157	Entrevistadora: E, o fato de comprar produtos no comércio informal oferece ameaça
158	a dignidade e ao bem estar das outras pessoas?
159	Entrevistado nº9: Não, não acredito. Eu acho que não. Dignidade? Eu acho que não,
160	pelo contrário, se você deixar de/ tirar o emprego dessa pessoa que trabalha de forma
161	informal, de repente você tira a dignidade dela de tá podendo pelo menos trabalhar
162	informal, mas tá trabalhando pelo menos. Como diz o velho pedinte do/ “não tô
163	roubando, não tô matando, tô trabalhando”, é informal, mas trabalhando.
164	Entrevistadora: E, você analisa as consequências positivas e negativas pra você
165	mesmo ou pras outras pessoas antes de comprar no comércio informal?
166	Entrevistado nº9: Cê para um pouco pra pensar, mas é pouco. É pouco porque acho
167	que é uma coisa mais global, acho que não é/ é que nem eu falei, acho que é toda uma

168	parte de uma política, de questões tributárias. Não acho que é a compra em si de uma
169	pessoa ou de algumas pessoas façam ser o que o Brasil é hoje em dia.
170	Entrevistadora: Em qual situação então você deixaria de comprar então no comércio
171	informal?
172	Entrevistado nº9: Se eu soubesse que impacta realmente o meio ambiente ou se é
173	feito, de repente por crianças ou um trabalho escravo aí, vamos dizer assim, em algum
174	canto, aí eu deixaria de comprar.
175	Entrevistadora: Tá ótimo, eu agradeço as suas respostas às perguntas e agora eu vou
176	fazer algumas perguntas de nível mais pessoal para que eu possa incluir no trabalho
177	tá?
178	Entrevistado nº9: Ok.
179	Entrevistadora: Qual que é a sua formação escolar?
180	Entrevistado nº9: Eu sou graduado em administração.
181	Entrevistadora: E, atualmente você está trabalhando?
182	Entrevistado nº9: Sim.
183	Entrevistadora: Qual que é a sua profissão?
184	Entrevistado nº9: Sou analista de parte econômica financeira.
185	Entrevistadora: E, qual que é a sua renda salarial mensal? Eu vou falar algumas
186	opções e aí você me fala em qual se encaixa tá?
187	De R\$678 a R\$2,034.
188	De R\$2,035 a R\$4,068.
189	De R\$4,069 a R\$6,102.
190	e acima de R\$6,103.
191	Entrevistado nº9: Na terceira faixa, de R\$4,069 a seis e pouco.
192	Entrevistadora: Tá ótimo. Qual que é o seu estado civil?
193	Entrevistado nº9: Solteiro.
194	Entrevistadora: Em qual cidade você reside?
195	Entrevistado nº9: São Caetano do Sul.
196	Entrevistadora: Em qual cidade você trabalha?
197	Entrevistado nº9: São Paulo, capital.
198	Entrevistadora: E, qual que é a sua idade?
199	Entrevistado nº9: 26.
200	Entrevistadora: Tá ótimo. Eu agradeço muito a sua participação e pergunto se caso
201	eu tiver alguma dúvida durante a análise dos dados se eu posso te procurar? [sim fica
202	a vontade] E, além disso, eu queria dizer que a entrevista vai estar transcrita na
203	íntegra no trabalho, e aí posteriormente à apresentação você poderá consultá-la na
204	biblioteca da Universidade Metodista, tá ok?
205	Entrevistado nº9: Tá ok. Obrigado. [Muito obrigada.]

Entrevista 10**Data:** 25 de junho de 2013**Local:** Centro de Línguas Anchieta

Rua Atlântica, 612 – Jardim do Mar – São Bernardo do Campo / SP.

1	Entrevistadora: Primeiramente eu quero agradecer a sua participação na entrevista e
2	dizer que você está contribuindo para a ampliação do conhecimento acadêmico, né.
3	Então, considere que sempre que eu mencionar a palavra produtos, estarei me
4	referindo a um ou dos mais seguintes produtos: <i>CDs</i> , <i>DVDs</i> , equipamentos
5	eletrônicos, <i>softwares</i> , roupas, bolsas, calçados, acessórios, que no caso seriam:
6	relógios, colares, anéis, pulseiras, cintos etc., brinquedos e/ou utensílios domésticos.
7	E, para responder as perguntas considere apenas o comércio informal que para o
8	efeito desse estudo, é composto pelos camelôs, marreteiros e/ou vendedores
9	ambulantes, ok? [sim].
10	Entrevistadora: E, a primeira pergunta é a seguinte, o que leva você a comprar
11	produtos no comércio informal?
12	Entrevistado nº10: O valor. O valor e também eu avalio a qualidade. Eu conheço
13	alguns camelôs, conheço alguns marreteiros também que eu confio bastante que são
14	até amigos meus. Então, eu seleciono alguns, mas, geralmente eu compro sim.
15	Entrevistadora: E, tem alguma vantagem? No caso o valor seria uma vantagem é
16	isso?
17	Entrevistado nº10: De certo modo sim. Porque é a mesma qualidade, eu vejo que é a
18	mesma qualidade, embora muitos digam que vai danificar o aparelho e tudo. Até hoje
19	nunca aconteceu né, é que nem eu falo, e disse pra você, eu tenho a confiabilidade em
20	alguns né. [entendi].
21	Entrevistadora: E, quais seriam as desvantagens de compra no comércio informal?
22	Entrevistado nº10: As desvantagens? É, às vezes, cê pode/ como é que pode dizer
23	desvantagem? Eu não vejo muita desvantagem não. [Não? Você não enxerga
24	nenhuma desvantagem?] não enxergo desvantagem.
25	Entrevistadora: E, como que você decide o que comprar? Como que você escolhe,
26	como você decide comprar no/?
27	Entrevistado nº10: Como que eu decido? Às vezes, pela situação financeira. É
28	lógico que eu gostaria sempre de comprar, né, em lojas, tudo. Mas, pela situação
29	financeira, às vezes, pela vontade de assistir de/ seria, no caso, um <i>DVD</i> , se eu sei que
30	o <i>DVD</i> tem boa qualidade que nem se for dos selecionados que eu compro, tenha boa
31	qualidade e eu tenho aquela vontade de assistir, eu compro de boa. Roupa até,
32	tranquilamente.
33	Entrevistadora: E, o local onde você faz as suas compras, está próximo a sua
34	residência ou ao seu local de trabalho?
35	Entrevistado nº10: Local de trabalho.
36	Entrevistadora: E, você efetua compras no comércio informal de outras cidades que
37	não seja onde você trabalha e mora?
38	Entrevistado nº10: Sim! Também.

39	Entrevistadora: Em qual cidade você compraria?
40	Entrevistado nº10: 25 de março [lá em São Paulo?] São Paulo, no caso, no Brás com
41	mais frequência nesses lugares.
42	
43	Entrevistadora: E, como você avalia a segurança do local ou da região onde você faz
44	as suas compras? [Em que termos?] De criminalidade, de roubo, segurança num
45	contexto geral.
46	Entrevistado nº10: Eu vejo que é precário. Pelo fato de quando eu saio pra comprar
47	a presença de policiais, então, isso evidência que existem furtos, roubos, isso aí é
48	batente, só de você olhar a região, e você vê a presença de tantos policiais, então, ou
49	aconteceu ou tá prestes a acontecer.
50	Entrevistadora: E, como você avalia o atendimento do camelô, do vendedor
51	ambulante ou do marreteiro?
52	Entrevistado nº10: Bom. Bom pra razoável, que nem todos tem aquele tato de
53	vender né, às vezes, tem aquela pressa, né, de vender. Não tem aquela atenção toda.
54	Mas, na maioria das vezes eu sou bem tratado.
55	Entrevistadora: E, com qual frequência você efetua esse tipo de compra?
56	Entrevistado nº10: Uma vez por mês.
57	
58	Entrevistadora: E, qual valor aproximado que você gasta?
59	Entrevistado nº10: Aí é relativo. Às vezes, eu gasto uma quantia irrisória, cinco reais
60	até no máximo trinta reais, que seria pra mim irrisório. Mas, teve caso, da ultima vez
61	agora que eu fui, eu gastei cerca de 150, 180 reais.
62	Entrevistadora: E, como que você efetua as suas compras é à vista, a prazo, você usa
63	cartão, dinheiro?
64	Entrevistado nº10: À vista.
65	Entrevistadora: Mas, em dinheiro ou em cartão?
66	Entrevistado nº10: Aí no caso se o camelô tem a máquina de cartão, eu passo cartão,
67	mas, sempre em débito. Ou, então, em dinheiro. [tá ótimo].
68	
69	Entrevistadora: E, como você avalia os preços no comércio informal?
70	Entrevistado nº10: É vai variar de barraca pra barraca, às vezes, tem uma
71	barraquinha que está a cem metros da outra, tem um preço um pouco maior, aí eu não
72	sei como é que eles trabalham. Mas, no caso, os preços estão bons, relacionado aos
73	produtos que eles têm. Eles tão bons.
74	Entrevistadora: E, no seu meio familiar, de trabalho e de amigos é comum a compra
75	de produtos no comércio informal?
76	Entrevistado nº10: Eu vejo que sim.
77	Entrevistadora: E, quando nós falamos em comércio informal, o que quem vem na sua
78	mente, a primeira coisa que vem na sua mente?
79	Entrevistado nº10: Que eu vejo pessoas que, no caso, se for a parte, assim,
80	denotativa, eles não têm emprego fixo, eles compram e revendem, né, e/ só que não
	tem a vantagem do fundo de garantia, não tem vantagem, a não ser que eles pagam
	INSS por fora, isso até agora eu desconheço. Mas, eu vejo que eles dependem muito

81	da/ não dependem do patrão. Eles são patrões, de si próprios.
82	Entrevistadora: E, o que quê você pensa sobre esse tipo de comércio? Na sua
83	opinião, o que quê seria esse tipo de comércio, o que quê você pensa sobre isso?
84	Entrevistado nº10: Se eles tiverem um produto bom, se eles agir com/ ser pessoas
85	idôneas na sua venda, serem coerentes, serem corretos, eu não tenho nada contra. Eu
86	sou bem/ muito a favor que a pessoa algum modo/ eu vejo como modo de
87	sobrevivência, né. Porque eu não posso dizer que eles estão errados, eles estão certos.
88	Agora se eles agirem com má fé, aí sim, aí, isso aí, dá pra selecionar o que de cem por
89	cento eu tiro uns dez por cento que agem com má fé. De produtos ruins, com produtos
90	de má qualidade, até seja na parte, na parte de alimentação, seja na parte de
91	acessórios. Mas, eu tenho essa posição.
92	Entrevistadora: E, o que você acha que as outras pessoas pensam sobre o comércio
93	informal? Você acha que elas pensam como você?
94	Entrevistado nº10: Eu acho que cinquenta por cento pensam que::/ do mesmo modo
95	que eu. Os outros vão defender, lógico que tem dois lados, vão defender que o
96	produto não tem qualidade, não tem/ é:: pode se dizer, uma garantia. Mas, igual eu
97	falei pra você, em termos de monetariamente, às vezes, é mais vantajoso.
98	Entrevistadora: E, você já ouviu ou leu em jornais, rádio, televisão, internet algo
99	sobre o comércio informal que você pode me citar um exemplo?
100	Entrevistado nº10: É:: eu ouço comentários, assim, eles não falam bem e nem falam
101	mal, mas, eles citam, eu vejo na televisão, eles falando sobre o comércio informal,
102	mas, nada que seja nocivo. É só divulgação.
103	Entrevistadora: E, quando os produtos do comércio informal apresenta algum
104	problema como você resolve a questão junto ao vendedor? Porque no início você
105	falou que tem uma certa segurança em comprar no comércio informal, você confia,
106	né, nas pessoas que você seleciona para serem os seus fornecedores [sim]. E, como
107	que você trata caso ocorra algum problema junto ao fornecedor no produto?
108	Entrevistado nº10: No ato da compra/ como eu conheço o vendedor, já tenho uma
109	assiduidade, já compro com uma certa frequência naquela barraca X, eu já conversei,
110	se houver algum problema, eu volto no mesmo dia pra trocar. Então, como nós somos
111	conhecidos um do outro, não tem problema nenhum a troca.
112	Entrevistadora: E, como você descarta os produtos e as embalagens depois que você
113	usa? Você joga no lixo convencional, você separa?
114	Entrevistado nº10: Eu procuro conhecer aquelas regras de/ do que são produtos/ no
115	caso, as pilhas eu procuro levar pra um lugar que eles vão tratar das pilhas, o papel/ a
116	reciclagem do papel, a gente tem uma política lá de meio ambiente muito boa na
117	minha casa. [tá ótimo]
118	Entrevistadora: E, caso alguns dos produtos não sejam reciclados você fica
119	preocupado, causa alguma preocupação pra você?
120	Entrevistado nº10: Eu nunca pensei nesse ponto.
121	Entrevistadora: E, na sua opinião, a compra de produtos prejudica de alguma forma
122	o meio ambiente?
123	Entrevistado nº10: Eu não posso falar pra você com segurança. Mas, pelo que eu

124	vejo pelo que eu ouço falar, né, eu não posso falar por mim, eu acho que sim.
125	Entrevistadora: E, prejudica também as próximas gerações? Os seus filhos, os seus
126	netos, os seus bisnetos, você acha que vai prejudicar eles?
127	Entrevistado nº10: Eu acho que uma questão de emprego, empregabilidade acho que
128	sim. Porque vai dar vazão com/ porque eu imagino que o meu neto fica pensando se é
129	mais fácil trabalhar pra mim, mas, a desvantagem vai ser, no caso, monetariamente
130	mais tarde junto à previdência, junto ao INSS, essas coisas burocráticas. Acho que
131	prejudicaria sim.
132	Entrevistadora: E, você sabe da origem dos produtos vendidos no comércio
133	informal? Você sabe de onde é que eles vêm?
134	Entrevistado nº10: Não, sinceramente não.
135	Entrevistadora: E, isso te causa alguma preocupação?
136	Entrevistado nº10: Pouca preocupação.
137	Entrevistadora: E, você sabe como esses produtos são fabricados?
138	Entrevistado nº10: Diretamente não.
139	Entrevistadora: E, você fica preocupado por não saber?
140	Entrevistado nº10: Alguns sim. Principalmente na parte da alimentação.
141	Entrevistadora: E, você deixaria de comprar produtos no comércio informal caso
142	soubesse que causa impacto para a sociedade, pro meio ambiente e para as próximas
143	gerações?
144	Entrevistado nº10: Imediatamente.
145	Entrevistadora: E, você acha que ao comprar produtos no comércio informal, você
146	está prejudicando ou causando riscos para as outras pessoas mesmo que sem intenção
147	ou em pequeno grau?
148	Entrevistado nº10: Olha essa pergunta acho que é meio relativa. Porque eu não sei o
149	que causa/ um produto que eu estivesse usando causaria, sei lá, um certo impacto, um
150	problema para às demais pessoas. É uma coisa pra se pensar.
151	Entrevistadora: E, o fato de comprar produtos no comércio informal, na sua opinião,
152	ameaça a dignidade e o bem estar das outras pessoas?
153	Entrevistado nº10: Eu não vejo desse modo. Eu acho que o fato de/ seria uma coisa
154	mais subjetiva, mas, peculiar, né. No caso, eu acho que o único prejudicado seria eu o
155	meio que eu vivo, os meus aparelhos ou minha própria estrutura física, no caso dos
156	alimentos. Acho que não.
157	Entrevistadora: E, antes do comprar no comércio informal, você analisa as
158	consequências positivas e negativas pra você mesmo e pra outras pessoas?
159	Entrevistado nº10: Sim. Creio que sim.
160	Entrevistadora: Em qual situação você deixaria de comprar no comércio informal?
161	Entrevistado nº10: (2,0) É se houvesse/ se eu fosse burlado muitas vezes. [Se você
162	fosse prejudicado?] ou se eu fosse prejudicado. Se houvesse um é:: se (+) como eu
163	posso dizer pra você? Se o prejuízo fosse muito danoso mesmo e se eu visse que é::,

164	muitas pessoas estariam sendo prejudicadas pelo mesmo produto, pela mesma pessoa,
165	pelo mesmo/ pela mesma área, aí sim. Penso desse modo.
166	Entrevistadora: Legal! Eu agradeço muito as suas respostas às questões, né, e agora
167	eu vou fazer algumas perguntas de caráter um pouco mais pessoal pra te caracterizar
168	dentro do trabalho né. [sim] Qual que é a sua formação escolar?
169	Entrevistado nº10: Eu estou cursando hoje o primeiro semestre de letras.
170	Entrevistadora: E, atualmente você está trabalhando?
171	Entrevistado nº10: Sim.
172	Entrevistadora: Qual que é a sua profissão?
173	Entrevistado nº10: Interprete de libras.
174	Entrevistadora: Qual que é a sua renda salarial mensal? Eu vou falar algumas
175	opções e aí você me fala mais ou menos em qual se encaixa.
176	De R\$678 a R\$2,034.
177	De R\$2,035 a R\$4,068.
178	De R\$4,069 a R\$6,102.
179	e acima de R\$6,103.
180	Entrevistado nº10: A primeira opção.
181	Entrevistadora: Qual que é o seu estado civil?
182	Entrevistado nº10: Casado.
183	Entrevistadora: Em qual cidade você mora?
184	Entrevistado nº10: Em Rio Grande da Serra.
185	Entrevistadora: Em qual cidade você trabalha?
186	Entrevistado nº10: São Bernardo do Campo.
187	Entrevistadora: Qual que é a sua idade?
188	Entrevistado nº10: 39 anos.
189	Entrevistadora: Tá ótimo eu agradeço muito a sua participação na entrevista.
190	Informo que a entrevista primeiramente vai estar transcrita na íntegra no trabalho e o
191	trabalho depois da apresentação estará disponível na biblioteca da Universidade
192	Metodista. E, caso eu tenha alguma dúvida na análise dos dados eu posso te procurar
193	novamente?
194	Entrevistado nº10: Tranquilamente.
195	Entrevistadora: Então eu agradeço muito novamente a sua participação e caso você
196	tenha alguma dúvida você também pode me procurar, você tem os meus dados no
197	termo de consentimento livre e esclarecido e novamente eu te agradeço muito.
198	Obrigada!
199	Entrevistado nº10: Eu que agradeço a oportunidade.

Entrevista 11**Data:** 26 de junho de 2013**Local:** Mauá Plaza Shopping

Avenida Governador Mario Covas Júnior, s/n – Centro – Mauá/SP.

1	Entrevistadora: Primeiramente eu quero agradecer a sua participação na entrevista e
2	dizer que você está contribuindo, né, para a ampliação do conhecimento acadêmico.
3	E, eu vou para caracterizar as perguntas, que eu vou fazer, eu vou fazer um breve
4	relato de como vai funcionar a entrevista, né. Então considere que sempre que eu
5	mencionar a palavra produtos estarei me referindo a um ou mais dos seguintes
6	produtos: <i>CDs</i> , <i>DVDs</i> , equipamentos eletrônicos, <i>softwares</i> , bolsas, roupas, calçados,
7	acessórios, que no caso seriam: relógios, colares, anéis, pulseiras, cintos etc.,
8	brinquedos e/ou utensílios domésticos. E, para responder as perguntas considere
9	apenas o comércio informal que, para o efeito desse estudo, é composto pelos
10	camelôs, marreteiros e/ou vendedores ambulantes.
11	Entrevistadora: Então a minha primeira pergunta é a seguinte: o que leva você a
12	adquirir produtos no comércio informal? Cite alguma vantagem e uma desvantagem.
13	Entrevistada nº11: O que leva geralmente é o preço, que compensa geralmente
14	muito mais você comprar um <i>CD</i> , por exemplo, que não é original, do que um
15	original, né. <i>DVDs</i> , principalmente, que são os filmes, ou você baixa na internet ou
16	você compra um que é já pra ter, você vai ter pra sempre, ele é bem mais barato do
17	que o original. Geralmente é o preço, a praticidade também, que você chega no
18	camelô você dá o dinheiro, pega o produto e sai. Não tem que fazer/ se você tem que
19	comprar alguma coisa original, às vezes, você precisa entrar na loja, fazer um
20	crediário, ir lá pegar uma nota, fazer tudo isso.
21	Entrevistadora: E, como você decide o que quer comprar no camelô, marreteiro ou
22	ambulante?
23	Entrevistada nº11: No caso de <i>DVDs</i> ou <i>CDs</i> ou produtos específicos eu geralmente/
24	se eu tiver vontade ou estiver querendo assistir algum <i>DVD</i> ou algum <i>CD</i> eu vou atrás
25	disso e vou procurar um produto específico, senão não for nada específico como, por
26	exemplo, num lugar comum que tem um grande centro de comércio informal como a
27	25 de março e olho lá o que me interessa um cinto, coisas que/ anéis, essas coisas
28	que/ essas tranqueiras. [legal]
29	Entrevistadora: E, o local onde você faz as suas compras está situado próximo a sua
30	residência ou ao seu local de trabalho?
31	Entrevistada nº11: Geralmente nem à residência nem ao local de trabalho. Porque
32	próximo a minha residência não tem muito comércio informal é mais loja mesmo e
33	nem local de trabalho menos ainda, mas pra:/: próximo ao centro de São Paulo
34	mesmo, a 25 de março esses lugares.
35	Entrevistadora: Na sua cidade você acaba comprando no centro da cidade ou algum
36	lugar que tem comércio informal?
37	Entrevistada nº11: Sim, tem um lugar aqui que tem também um comércio informal e
38	algumas vezes eu venho, é mais difícil porque pra mim compensa mais ir num grande
39	centro, como São Paulo e pegar tudo que tiver já, que eu quiser.
40	Entrevistador: E, como você avalia a segurança do local ou da região onde você faz

41	as suas compras?
42	Entrevistada nº11: A segurança é péssima, assim, não tem segurança nenhuma, na
43	verdade. É um lugar que geralmente a gente vai já com receio, né, de ser assaltado.
44	Então, você vai com o dinheiro meio que contado, meio que guardado num lugar
45	específico, não levar muita coisa porque são lugares de grande concentração de
46	pessoas, que podem oferecer um sério risco de roubo.
47	
48	Entrevistadora: E, como você avalia o atendimento no comércio informal?
49	Entrevistada nº11: O atendimento é bem/ geralmente ele é bem precário, assim, bem
50	primitivo, né. Não é como você ir num grande centro onde as pessoas tem mais
51	atenção elas conhecem mais tecnicamente os produtos, é um lugar mesmo de venda,
52	assim, totalmente informal, né, até o tratamento com os clientes acho que é bem
53	informal. É bem diferente de um grande centro.
54	Entrevistadora: E, com qual frequência você compra e qual o valor aproximado
55	você gasta?
56	Entrevistada nº11: Chego a comprar em torno de dois ou três em três meses e valor
57	eu chego a gastar duzentos, trezentos reais no comércio informal.
58	
59	Entrevistadora: Como você efetua suas compras a prazo, à vista? E, como você paga
60	em dinheiro ou em cartão? Como você avalia de maneira geral os preços no comércio
61	informal?
62	Entrevistada nº11: Os preços geralmente são bem melhores, só que eles costumam
63	ser/ o risco que você corre também, no caso de comprar um aparelho como, por
64	exemplo, um celular, um eletroeletrônico que é mais caro, você tá correndo risco,
65	porque ele tem o risco de não funcionar, a troca é bem mais difícil, geralmente você
66	tem dois ou três dias pra trocar Geralmente eu pago em dinheiro, não gosto de passar
67	cartão, até pelo medo de clonagem, porque nesses lugares como tudo é informal a
68	gente não tem segurança nenhuma.
69	Entrevistadora: E, no seu meio familiar, de trabalho e de amigos é comum a compra
70	de produtos no comércio informal?
71	Entrevistada nº11: É comum. Tanto em família quanto em amigos, assim.
72	Geralmente nós vamos em turma pra 25 de março pra esses lugares pra/ atrás do
73	comércio informal mesmo.
74	Entrevistadora: E, quando nós falamos de comércio informal qual que é a primeira
75	coisa que vem na sua cabeça? Como que você caracterizaria o comércio informal? O
76	que você pensaria imediatamente quando a gente fala em comércio informal?
77	Entrevistada nº11: Comércio informal me lembra melhores preços, menor segurança
78	e alguns riscos também de compra. [que riscos assim?] Risco, por exemplo, de você
79	comprar algo que não tem a mesma qualidade ou que não tem as mesmas
80	funcionalidades que você imaginaria, que você conseguiria numa loja credenciada,
81	em local formal. Risco de, no caso, de troca ou de qualquer dano que o aparelho tenha
82	que você não consegue identificar no momento da compra. Risco de você perder todo
83	o seu dinheiro, de você comprar, por exemplo, e depois não conseguir usar pro fim
84	que você precisava. E, me vem à cabeça produtos, assim, no meu caso, mais produtos,
85	produtos de baixo valor, porque eu não compraria, assim um, por exemplo, um <i>DVD</i>
	no comércio informal porque eu acho que o risco não vale a pena. [O <i>DVD</i> que você
	fala é aparelho?] Aparelho de <i>DVD</i> .

86	
87	Entrevistadora: E, no caso você não se sente, então, segura no que se refere à
88	qualidade do produto no comércio informal, é isso mesmo?
89	Entrevistada nº11: É isso mesmo, eu acho que não há segurança nenhuma no
90	comércio informal.
91	
92	Entrevistadora: E, como que você resolve/ você falou que, às vezes, pode comprar
93	um produto e ele apresentar problema e você ter dificuldade de trocar ele com o
94	vendedor, né, com o fornecedor do produto. E, como que você resolve essa situação
	quando acontece?
95	Entrevistada nº11: Geralmente ou eu tento trocar o produto/ eu tento trocar se eu
96	não conseguir a troca, então, eu acabo infelizmente arcando com o prejuízo mesmo.
97	
98	Entrevistadora: E, o que você pensa sobre esse tipo de comércio informal?
99	Entrevistada nº11: Eu acredito que é um comércio que só existe devido aos nossos
100	grandes impostos, que temos aqui no Brasil, né. Porque se não existisse a gente teria
101	uma qualidade/ teria produtos de qualidade, em lojas confiáveis, em um comércio
102	confiável por/ com valores muito aproximados ao comércio informal e nem
103	compensaria pra pessoa ter um comércio informal, se ela não tivesse que pagar tantos
104	impostos, se não tivessem tantos impostos em cima dos produtos, se as pessoas não
	tivesse que gastar tanto a mais, só pra ter um produto, que tenha/ é credenciado ou
105	que é de certa forma legal.
106	
107	Entrevistadora: E, as outras pessoas o que você acha que elas pensam?
108	Entrevistada nº11: Eu acredito que elas pensam isso também. Tanto na praticidade,
109	porque até, no caso, de você fazer uma compra, você vai num grande centro de
110	produtos informais, por exemplo, a 25, você encontra todo tipo de produto, o tempo
111	inteiro, em um lugar só, isso eu acho que ajuda muito. Mas, principalmente a questão
112	do preço, porque o preço nesses lugares credenciados, que arcam com todos os
	impostos, que no Brasil são muitos, são muito mais altos, muitas vezes são muito fora
113	da realidade do nosso, do país que a gente vive mesmo.
114	
115	Entrevistadora: E, você já leu ou ouviu em jornais, rádios, televisão ou internet algo
116	sobre o comércio informal que você pode citar como exemplo pra mim?
117	Entrevistada nº11: Já, já ouvi muitas coisas, por exemplo, em relação a segurança,
118	na 25 de março, quando tem/, passa muitas vezes até na rede Globo, que é uma
	grande rede, mostrando nos períodos de festas e natal, festa junina a quantidade de
119	pessoas na 25 de março e a própria rede de televisão informa a importância da gente
120	ter cuidado com a nossa própria bolsa, com os nossos pertences, porque não é um
121	local seguro. Então, eles falam mais ou menos, assim, que não é um lugar seguro e
122	você está arcando com essa realidade, é uma realidade no Brasil a gente assume os
123	nossos riscos da nossa própria/ da segurança da das nossas déficits de segurança aqui
	mesmo no Brasil.
124	
125	Entrevistadora: E, como que você descarta os produtos e as embalagens após o uso?
126	Os produtos que você adquiriu no comércio informal.
127	Entrevistada nº11: Produtos eletroeletrônicos eles tem/ eu geralmente faço um
128	descarte na empresa mesmo porque tem um coletor de eletroeletrônicos, pilhas e etc.
129	Os demais produtos são no lixo comum.

130	Entrevistadora: E, lhe causa alguma preocupação esses produtos que você joga no
131	lixo comum não serem reciclados?
132	Entrevistada nº11: Sim. Todos os que eu consigo/ que eu tenho certeza que são
133	recicláveis, que eu posso levar pra coleta seletiva, eu levo pra coleta seletiva, porque é
134	o mais correto é o melhor pra nós, pra todo mundo.
135	Entrevistadora: E, na sua opinião, a compra no comércio informal prejudica o meio
136	ambiente?
137	Entrevistada nº11: Eu acredito que a compra talvez não, eu acho que a falta de
138	informação de/ das pessoas, mesmo, da consciência das pessoas, que talvez procurem
139	o comércio, que prejudica o meio ambiente. Porque se você compra um produto em
140	qualquer lugar e você sabe da importância de descartar ele num local correto, você
141	descarta no local correto, você não agride o meio ambiente. Isso eu acho que é mais
142	uma questão de conscientização mesmo.
143	Entrevistadora: E, na sua opinião, a compra de produtos no comércio informal
144	prejudica as próximas gerações?
145	Entrevistada nº11: De certa forma ela prejudica, porque ela não tá recolhendo os
146	impostos que na verdade é:: são o objetivo do comércio diminuir o valor, por conta
147	dos impostos porque os impostos são altos. Prejudica no sentido do crescimento do
148	país, mas o produto/ o dinheiro do país hoje é usado de forma tão incorreta, que eu
149	não sei se chega, em algum momento, ele chega a:: entrar em conflito com esse
150	dinheiro que tá no comércio informal. Porque acredito que até no comércio informal
151	muitas pessoas estão envolvidas, porque se não ele não existiria, porque são grandes
152	centros que tem comércio informal, então, tem muita coisa do governo envolvida que
153	também leva alguma parte nisso.
154	Entrevistadora: No caso você fala nessa parte e a questão do desvio seria em relação
155	à corrupção, é isso?
156	Entrevistada nº11: Sim! É em relação à corrupção, porque muitas vezes, até mesmo
157	na 25 de março tem policiamento, tem pessoas e tem produtos clandestinos o tempo
158	inteiro. Então em alguns momentos recolhem tudo, só que em outros momentos tão
159	tudo na rua e também tem lá o próprio shopping, que é a galeria Pagé, por exemplo,
160	que vende produtos que não têm nota fiscal. Como que funciona um shopping, que
161	paga algum aluguel, que paga algum imposto, que só tem produtos sem nota fiscal,
162	será que o governo nunca viu isso? Tá lá até hoje. [legal]
163	Entrevistadora: E, você sabe a origem dos produtos vendidos no comércio informal
164	e como eles são fabricados?
165	Entrevistada nº11: Não a origem eu não sei, alguns eu consigo deduzir, por
166	exemplo, CDs e DVDs eu sei que são gravações informais e talvez ilegais também.
167	Geralmente ilegais, com certeza, ((risos)) e os produtos, assim, geralmente são
168	produtos vindos da China, genéricos, do Paraguai, de lugares que fazem imitações,
169	não são produtos originais.
170	Entrevistadora: E, o fato de não saber a origem deles e pelo menos assim, ter
171	alguma dedução sobre a origem deles e o fato de não saber como eles são fabricados
172	te causa alguma preocupação?
173	Entrevistada nº11: Sim! Eu acho que é nesse momento que entra o risco de perder
174	tudo o dinheiro que você investiu. Porque você pode comprar um aparelho que veio,

175	por exemplo, é um genérico do Paraguai, que nunca vai ser trocado ou que nunca vai
176	ter um da mesma qualidade de um comprado na loja, não vai ser a mesma coisa.
177	Entrevistadora: E, você deixaria de comprar um produto no comércio informal caso
178	soubesse que ele causa impacto para a sociedade, para o meio ambiente e pras
179	próximas gerações?
180	Entrevistada nº11: Sim! Se fosse causar um impacto pra próximas gerações ou pra
181	sociedade mesmo. Se é:: uma sociedade fosse justa, se nosso governo fosse justo, se
182	nós tivéssemos uma política correta, com certeza eu deixaria de comprar, se eu tivesse
183	possibilidade de comprar numa loja, por exemplo, e eu não tô afetando em nada, né.
184	Entrevistadora: Então, essa seria a situação em que você deixaria de comprar no
185	comércio informal, é isso?
186	Entrevistada nº11: É isso, eu deixaria de comprar no comércio informal nessa
187	situação.
188	Entrevistadora: E, você acha que ao comprar produtos no comércio informal você
189	está prejudicando ou causando risco para as outras pessoas mesmo que sem intenção
190	ou em pequeno grau?
191	Entrevistada nº11: De certa forma pode ser que sim, porque se você tá comprando
192	você tá alimentando um comércio informal, as pessoas estão dando continuidade ao
193	comércio informal. Elas podem estar fazendo coisas erradas, não sabemos, mas, elas
194	podem estar contrabandeando produtos, então, em algum momento elas podem se
195	prejudicar por isso.
196	Entrevistadora: E, o fato de comprar produtos no comércio informal, na sua opinião,
197	oferece ameaça à dignidade e ao bem estar das outras pessoas?
198	Entrevistada nº11: Acredito que a dignidade talvez sim, ao bem estar eu acho que
199	não. Porque, assim, a:: não ser que seja falando dos outros lojistas que arcam com os
200	seus impostos, que tem lojas em grandes centros. Mas, eu acho que esse é um
201	problema mais político do que das pessoas mesmo.
202	Entrevistadora: E, antes de comprar você analisa as consequências positivas e
203	negativas pra você mesma e pras outras pessoas?
204	Entrevistada nº11: Sim! Eu analiso principalmente as consequências pra mim. Eu
205	penso se o que eu vou pagar eu vou de fato utilizar o produto da forma que eu
206	gostaria, se eu vou ter o retorno esperado. E, no caso das outras pessoas eu não
207	procuro/ eu procuro comprar coisas que, assim, não sejam/, por exemplo, se eu souber
208	que são de procedência roubada, eu não vou no local onde eu sei que são de
209	procedência roubada como, por exemplo, São Mateus que tem a feira do rolo. Eu não
210	vou em local dessa forma, porque eu sei que vou estar prejudicando outra pessoa
211	indiretamente.
212	Entrevistadora: E, no caso quais tipos de produtos ou quais produtos você compra
213	no comércio informal da sua cidade ou em São Paulo como você citou?
214	Entrevistada nº11: Ah chego a comprar óculos que são imitações, réplicas, compro
215	óculos de sol, né, na verdade. Compro <i>DVDs</i> , <i>CDs</i> geralmente são essas coisas de
216	baixo valor, bijuterias também anéis, brincos, cintos, bolsas, essas coisas de menor
217	valor.

218	Entrevistadora: Tá ótimo! Eu já finalizei as questões sobre o comércio informal e
219	vou falar um pouco sobre você para que eu possa caracterizar no trabalho. Então, qual
220	que é a sua formação escolar e atualmente você está trabalhando?
221	Entrevistada nº11: Minha formação é superior completo e atualmente eu trabalho.
222	Entrevistadora: Em qual área que é a sua formação?
223	Entrevistada nº11: Minha área e na área de relações internacionais, administração
224	com ênfase em relações internacionais e eu trabalho praticamente na mesma área.
225	Trabalho na área de planejamento.
226	Entrevistadora: E, qual que é a sua profissão dentro da área de planejamentos?
227	Entrevistada nº11: Analista dos suprimentos e materiais.
228	Entrevistadora: Eu vou falar algumas faixas de renda e aí você me fala em qual
229	dessas a sua renda se encaixa.
230	De R\$678 a R\$2,034.
231	De R\$2,035 a R\$4,068.
232	De R\$4,069 a R\$6,102.
233	e acima de R\$6,103.
234	Entrevistada nº11: De R\$ 4.069 a R\$ 6.102.
235	Entrevistadora: E, qual que é o seu estado civil?
236	Entrevistada nº11: Solteira.
237	Entrevistadora: E, em qual cidade você reside e trabalha?
238	Entrevistada nº11: Resido e trabalho em Mauá.
239	Entrevistadora: Qual que é a sua idade?
240	Entrevistada nº11: 27 anos.
241	Entrevistadora: Tá ótimo eu agradeço muito a sua participação e a entrevista vai ser
242	transcrita na íntegra no trabalho e o trabalho, após a apresentação estará disponível,
243	na Universidade Metodista, na biblioteca. E, caso você tenha alguma dúvida durante
244	esse período e queira me contatar, meu telefone está no termo de consentimento livre
245	e esclarecido que você assinou, né, que eu te entreguei uma via. E, além disso, eu
246	gostaria de saber se eu posso te procurar caso eu tenha alguma dúvida no momento de
247	analisar os dados?
248	Entrevistada nº11: Sim! Eu que agradeço e sim, pode me procurar se tiver alguma
249	dúvida pode me procurar sim. Obrigada!
250	Entrevistadora: Por nada! Obrigada, eu!

Entrevista 12**Data:** 28 de junho de 2013**Local:** Instituto Metodista de Ensino Superior

Rua do Sacramento, 230 – Rudge Ramos – São Bernardo do Campo / SP.

1	Entrevistadora: Então primeiramente eu quero agradeço a sua participação na
2	entrevista, né, e dizer que você está contribuindo para o crescimento do conhecimento
3	acadêmico. E, considere que sempre que eu mencionar a palavra produtos estarei me
4	referindo a um ou mais dos seguintes produtos: CDS, DVDS, equipamentos
5	eletrônicos, <i>softwares</i> , roupas, bolsas, calçados, acessórios, que no caso seriam:
6	relógios, colares, anéis, pulseiras, cintos etc., brinquedos e/ou utensílios domésticos.
7	E, para responder as perguntas considere apenas o comércio informal que é, para o
8	efeito desse estudo, composto pelos camelôs, marreteiros e/ou vendedores
9	ambulantes.
10	Entrevistadora: Então a primeira pergunta é: o que leva você a adquirir produtos no
11	comércio informal?
12	Entrevistada nº12: Assim, geralmente eu compro <i>DVD</i> , né, <i>DVD</i> ou <i>CD</i> e, assim,
13	pra minha filha. Como ela é ainda adolescente e tal, ela quer roupa de marca só que é
14	muito caro. Então, eu vou comprar hoje ela vai perder mês que vem, então, aí eu
15	aproveito e compro no camelô que sai mais barato, então, por esse motivo, né.
16	Entrevistador: Então no caso o que te motiva a comprar é o preço [isso] que é mais
17	em conta? Então essa também seria uma vantagem?
18	Entrevistada nº12: Isso.
19	Entrevistador: E, qual que seria uma desvantagem de comprar no camelô?
20	Entrevistada nº12: Ó a desvantagem, é assim, pra troca é meio complicado, né. E,
21	assim na maioria das vezes você vai trocar não tem o mesmo produto, então, você não
22	pode reclamar e tem que trocar pelo que tem. E, <i>CD</i> também, <i>CD</i> eles trocam fazem a
23	troca, mas, na maioria das vezes vem, né, falhando, defeitos no:./ na fabricação lá,
24	não sei lá como eles fazem. Então, também isso não é muito legal. E:: só::, na maioria
25	das vezes/ assim, relógio, pulseira, essas coisas eu não compro muito, não compro
26	aliais, é mais roupa mesmo pra ela ou uma roupa pra mim, blusinha alguma coisa
27	assim, mas, também, às vezes, vem com defeito, então, tem várias, né.
28	Entrevistadora: Então você/ pelo que você está me dizendo, você não se sente muito
29	segura no que se refere à qualidade do produto?
30	Entrevistada nº12: Não. Nenhuma [então não tem segurança?] não.
31	Entrevistadora: E, quando o produto apresenta algum problema como que você trata
32	a questão com o vendedor? Você falou que algumas vezes troca, que, às vezes, tem
33	dificuldade na troca, como que funciona isso?
34	Entrevistada nº12: É eles falam que pode trocar, mas, vamos supor no tempo X, né,
35	ou então você volta lá e já não é mais o mesmo vendedor. Então, às vezes, dificulta
36	ou, às vezes, vai e ele fala esse produto não tem mais, você precisa trocar por outra
37	coisa. Então você vai fazer o que, né. Pra não perder troca por outra coisa.
38	Entrevistadora: E, como que você decide o que comprar? Você falou que compra
39	por conta da necessidade da sua filha de usar alguma roupa de marca alguma coisa

40	assim que é muito caro, mas como que você decide?
41	Entrevistada nº12: Ah ela fala, mãe eu quero uma blusa tal, vamos supor, essas da
42	<i>GAP</i> da <i>HOLLISTER</i> que tá usando, lá é caro demais se for pra comprar uma, né,
43	original. Aí ela fala/ aí eu vou com ela na pracinha, aqui em São Bernardo, e aí ela
44	escolhe a cor que ela quer, a blusa tal e pronto. Por isso, né, ela vai lá e escolhe o que
45	ela quer. E, aí ela já vai com o que ela quer na cabeça, então. Ou, às vezes, você passa
46	numa banquinha ou outra você vê alguma coisa interessante e compra também, mas,
47	geralmente eu vou lá pra comprar o que realmente eu tô com foco. Realmente é foco
48	do que eu quero comprar.
49	Entrevistadora: E, o local onde você comprar, você falou da pracinha [isso], o local
50	onde você compra fica próximo da sua casa ou próximo do teu trabalho?
51	Entrevistada nº12: Não, fica no centro, no centro de São Bernardo, eu moro mais no
52	bairro, no bairro Golden Park, que é depois do Ferrazópolis. Aí eu tenho que pegar
53	uma condução e ir até o centro, que é onde tem a aglomeração das lojinhas, das
54	barraquinhas, que é na pracinha Lauro Gomes, lá tem os boxes, né, então, a gente
55	anda lá pra ver qual/ porque, às vezes, na maioria das vezes tem diferença de preço.
56	Então, você anda em um, anda em vários até achar um valor que valha a pena, que é
57	legal.
58	Entrevistadora: E, como que você avalia os preços no comércio informal? Eles são
59	bons?
60	Entrevistada nº12: Ah mais ou menos, era melhor agora tá ficando, assim, não tão
61	bom, né. É que tem muita concorrência, então, às vezes, se você andar bastante você
62	consegue um precinho melhor. Mas, não é tão bom assim não. [E, mesmo no
63	comércio informal tem a variação de preço?]. Tem, às vezes, de um box do lado,
64	assim, você encontra uma diferença de dois, três reais ou mais até.
65	Entrevistadora: E, com que você avalia a segurança do local onde você compra?
66	Entrevistada nº12: Ah tranquilo, tranquilo. Não tem perigo nenhum não. É tranquilo,
67	assim, porque as lojinhas são todas uma do lado da outra. Então, assim, e geralmente
68	é um corredor só lojas, né. Então é como se fosse uma loja normal e:: quando são nas
69	barraquinhas também, geralmente as barraquinhas ficam todas na praça. Não tem
70	problema.
71	Entrevistadora: E, no caso como que você avalia o atendimento no comércio
72	informal?
73	Entrevistada nº12: Bom, é bom. [é muito rápido?] É, eles querem atender todos que
74	chegam ao mesmo tempo. Mas, assim, né, eles te deixam a vontade. O ruim, assim, é
75	que, às vezes, não tem lugar pra você provar, vai que/ você compra uma calça jeans,
76	vamos supor, aí você tem que levar e na hora da troca não tem a mesma, se não fica
77	legal. Mas, o atendimento em si é bom.
78	Entrevistadora: E, com qual frequência você compra no comércio informal?
79	Entrevistada nº12: Olha roupa é com pouca frequência, não é muito, eu compro
80	mais <i>CD</i> e <i>DVD</i> . <i>DVD</i> praticamente acho que toda semana meu marido compra, a
81	gente compra.
82	Entrevistadora: E, qual o valor aproximado que você gasta mensalmente nas suas
83	compras?

84	Entrevistada nº12: Ah acho que (+) uns oitenta reais, mais ou menos.
85	Entrevistadora: E, como que você paga? Você paga à vista, a prazo, cartão de
86	crédito?
87	Entrevistada nº12: Cartão de crédito. Geralmente cartão de crédito, né. A maioria
88	deles aceita cartão de crédito. Divide, é a maioria é com cartão de crédito. [os CDs
89	também você consegue comprar com cartão] não os CDs só à vista. [à vista e em
90	dinheiro?] é.
91	Entrevistadora: E, no seu meio familiar, de trabalho e de amigos é comum a compra
92	de produtos no comércio informal?
93	Entrevistada nº12: É comum. É sim. Na minha família sempre o pessoal/, tem
94	bastante sobrinhos também que curtem usar essas roupas de marca, geralmente meu
95	sobrinho compra bastante boné, bastante roupa. Agora aqui no serviço eu não sei se
96	as meninas compram. Mas, na minha família sim.
97	Entrevistadora: E, o que vem em mente quando a gente fala de comércio informal?
98	Entrevistada nº12: Barraquinhas, monte de barraquinhas, assim, uma ao lado da
99	outra e é isso aí. Barraquinhas.
100	Entrevistadora: E, o que você pensa sobre esse tipo de comércio?
101	Entrevistada nº12: Olha, eu acho que pra:: pra cidade não é legal porque eles não
102	não contribu/ não paga imposto acho eu, né. Mas, assim, pro consumidor tem horas
103	que é legal. Porque, assim, às vezes, eu/ igual minha filha, ela gosta de roupa de
104	marca, eu compro uma do camelô ela fica contente, porque ela ainda não tem o
105	dinheiro dela, não sabe o quanto é, mas, ela fala “não mãe compra na barraquinha
106	mesmo, compra na pracinha mesmo”, então assim pra gente, às vezes, facilita
107	bastante. Agora acho que pra cidade, né, é meio complicado.
108	Entrevistadora: E, o que você acha que as outras pessoas pensam sobre comércio
109	informal?
110	Entrevistado nº12: Ah eu acho que a maioria acha legal, a maioria. Pelo menos as
111	pessoas que eu conheço acha que/, “— ah compra não tem nenhum problema, compra
112	sim!”.
113	Entrevistadora: E, você já ouviu ou leu em jornais, rádios, televisão ou na internet
114	algo sobre o comércio informal que você possa citar um exemplo pra mim?
115	Entrevistada nº12: Ah geralmente eles falam que não é/ é um comérci/ é ilegal, né, é
116	ilegal. Geralmente eu vejo nos jornais tal, que a polícia tirou do local, porque é ilegal,
117	pegou vários CDs incinerou porque lógico isso não é / dá emprego, mas, também é
118	um emprego informal, né. Então, já vi sim várias vezes, reportagens. [legal].
119	Entrevistadora: E, como que você joga fora os produtos e as embalagens após o
120	uso?
121	Entrevistada nº12: Olha no meu bairro não tem essas caixinhas de reciclagem, passa
122	aqueles/ pessoas pegando sabe na carrocinha e tal [os catadores de lixo?] isso.
123	Geralmente eu separo, eu separo pra eles irem buscar. Quando eles não buscam fica
124	muito tempo e ficam lá acumulando, aí eu joga no lixo, mas, geralmente, assim, eu
125	jogo a noite e eles passam mais tarde, de madrugada, bem de manhazinha e mesmo
126	que eles não vão buscar eles passam e pegam/ eu já deixo preparadinho. Não misturo

127	com o lixo comum.
128	Entrevistadora: E, causa alguma preocupação esse produto não ser reciclável?
129	Entrevistada nº12: Ah não, assim/ Ah o que não joga fora? Ah eu tenho preocupação
130	sim, porque a gente vê o que tá acontecendo com o planeta, então, se todo mundo
131	reciclasse um pouquinho seria bem melhor, né. Mas, assim, como aqui no Rudge tem
132	geralmente essas caixinhas que você pode ir lá e jogar, no meu bairro não tem isso
133	senão tiver os, as pessoas que passam e pegam vai, vai jogar pro lixo normal, porque
134	o que você vai fazer, vai ficar acumulando, né. Mas, eu me preocupo sim. Acho que
135	reciclar é muito importante.
136	Entrevistadora: E, na sua opinião, a compra de produtos no comércio informal
137	prejudica o meio ambiente?
138	Entrevistada nº12: (+) Se prejudica o meio ambiente? Olha em parte sim, porque,
139	assim, eles também não têm cuidado com jogar as embalagens eu acho que eles não
140	têm cuidado. A vantagem é que tem essas pessoas que passam e pega. Mas, você
141	pode ver que na maioria das vezes onde tem muita barraquinha, tem lixo jogado
142	misturado com caixa de papelão, misturado com plástico. Então, assim, é:: causa uma
143	preocupação, né, porque se eles tivessem um cuidado poderia reciclar aquilo que eles
144	jogam fora, porque eles mesmo num, né, não tem esse cuidado. Então eu acho que
145	sim.
146	Entrevistadora: E, a compra de produtos no comércio informal prejudica as
147	próximas gerações? Seus netos, seus bisnetos, você acha que vai prejudicar?
148	Entrevistada nº12: Acho que sim, acho vai. [em qual sentido?] Porque, assim, é::
149	logicamente que imposto é muito caro, as pessoas que tem uma loja paga muito
150	imposto, mas, o::o vendedor informal ele não vai pagar esse imposto, esse imposto
151	seria pra investir no futuro se não está investindo no futuro os meus netos vão viver
152	nesse nesse futuro não está sendo investido esse imposto, né. Eu acho que vai
153	prejudica sim.
154	Entrevistadora: E, você sabe a origem dos produtos vendidos no comércio informal?
155	Entrevistada nº12: Olha eu não tenho a impressão que são todos da China. Mais
156	China, Taiwan nesses lugares, eu acho que é da China, todos.
157	Entrevistadora: E, isso lhe causa alguma preocupação?
158	Entrevistada nº12: (+) Ah eu acho que poderia, assim, né (+) ao mesmo tempo que a
159	gente quer comprar uma coisa mais barata a gente preocupa, né, porque na verdade
160	poderia ser um retorno pro Brasil, né. Na verdade tá alimentando um país lá fora.
161	Então, e tirando/ assim tem o/ tirando os empregos formais daqui, porque eles
162	empregam, mas, são todo/, ninguém com a carteira assinada, nada disso, né, então eu
163	acho que de uma certa forma sim.
164	Entrevistadora: E, você sabe que os produtos vendidos no comércio informal são
165	fabricados?
166	Entrevistada nº12: Não sei. Não sei.
167	Entrevistadora: E, isso não te causa alguma preocupação? O fato de não saber como
168	eles são fabricados?
169	Entrevistada nº12: Ah não, se for pelo que eu consumo não. Porque, assim, o CD eu

170	acho que eles fazem de montante, né, eles gravam, no entanto, não fica uma boa
171	qualidade os <i>DVDs</i> e geralmente quando tá no cinema eles já gravam do cinema,
172	então ou pior ainda, né. Então, eu dou um tempo pra ver se sai no original, mas [se sai
173	àquela filmagem da locadora, né?] isso, da locadora, porque do cinema é impossível
174	de você assistir. Agora roupa é, assim, eu acho é:::/ pelo que eu vejo nas reportagens é
175	um/ eles trazem aquelas pessoas do México, só pra trabalhar, é um trabalho meio que
176	escravo, né. Aí fazem aquele montante e distribui/, assim, pelas reportagens que eu
177	vejo é assim que funciona, né. Que::: até outro dia tava passando lá do pessoal que
178	vem México que ganha uma miséria, acho que ganha um prato de comida pra ficar
179	costurando lá as roupas tal, então, eu imagino que seja assim. [mas isso te preocupa?]
180	Ah eu, assim, quando chega em mim eu já nem/ já nem penso mais, assim, me
181	preocupa quando eu tô vendo na reportagem, né. Porque a pessoa trabalha, trabalha,
182	trabalha e ganha uma miséria pra fazer aquilo chega na sua mão,e::: Mas, assim,
183	preocupa porque eu penso neles, mas, não na/ até quando eu vou comprar nem/ até
184	esqueço como é feito, mas a gente deveria pensar, né. Porque/ mas, também se você
185	não compra eles vão ficar sem emprego, é uma coisa meio que/ meio doido, né, meio
186	doido. Você não sabe se você tá fazendo um bem ou se você tá fazendo um mal.
187	Entrevistadora: E, você deixaria de comprar um produto no comércio informal caso
188	soubesse que ele causa impacto pra sociedade, pro meio ambiente e pras próximas
189	gerações?
190	Entrevistada n°12: Acho que não, eu me preocupo, mas, eu acho que não deixaria de
191	comprar (+) assim, depende muito do que, do que eu tô comprando, né. Se for/ ah não
192	sei, de qualquer forma eu vou prejudicar, mas, acho que não deixaria não. Eu
193	compraria.
194	Entrevistadora: E, você acha que ao comprar produtos no comércio informal você
195	está prejudicando ou causando risco, pras outras pessoas mesmo que sem intenção ou
196	em pequeno grau?
197	Entrevistada n°12: Acho que sim. Pras futuras gerações no caso, né.
198	Entrevistadora: E, o fato de comprar produtos no comércio informal, na sua opinião,
199	ameaça a dignidade e o bem estar das outras pessoas?
200	Entrevistada n°12: Não, isso não.
201	Entrevistadora: E, você analisa as consequências positivas e negativas pra você
202	mesma e pras outras pessoas antes de comprar?
203	Entrevistada n°12: Não! Só as positivas. Eu só lembro das positivas, que é o valor,
204	né, que é mais barato, é acessível pra você chegar no local pra comprar. Eu penso só
205	nas positivas nas negativas eu nunca pensei, sinceramente.
206	Entrevistadora: E, em qual situação você deixaria de comprar no comércio
207	informal?
208	Entrevistada n°12: (+) Qual situação? (2,0) a eu acho que se for comida, assim, eu
209	penso, né, mas, (+) ah situação? (+) Se eu for mal atendida, né, se eu for mal atendida
210	eu acho que eu deixaria de comprar, né, eu não voltaria.
211	Entrevistadora: Eu agradeço as suas respostas às perguntas e agora eu vou fazer
212	algumas perguntas de caráter um pouco mais pessoal para que eu possa incluir no
213	trabalho. Qual que é a sua formação escolar?

214	Entrevistada nº12: Tenho o superior. Pedagogia eu fiz.
215	Entrevistadora: E, atualmente você está trabalhando?
216	Entrevistada nº12: Sim.
217	Entrevistadora: Qual que é a sua profissão?
218	Entrevistada nº12: Auxiliar de direção.
219	Entrevistadora: E, qual que é a sua renda mensal? Eu vou falar algumas opções e aí
220	você me fala em qual delas se encaixa, tá?
221	De R\$678 a R\$2,034.
222	De R\$2,035 a R\$4,068.
223	De R\$4,069 a R\$6,102.
224	e acima de R\$6,103.
225	Entrevistada nº12: Você fala minha renda, só a minha? [é só a sua mensal?] é a
226	primeira opção.
227	Entrevistadora: Qual que é o seu estado civil?
228	Entrevistada nº12: Casada.
229	Entrevistadora: E, em qual cidade você mora?
230	Entrevistada nº12: São Bernardo do Campo.
231	Entrevistadora: E, qual cidade você trabalha?
232	Entrevistada nº12: São Bernardo do Campo.
233	Entrevistadora: Qual que é a sua idade?
234	Entrevistada nº12: 43.
235	Entrevistadora: Tá ótimo, agradeço muito a sua participação e informo que a
236	entrevista será transcrita e ela constará no trabalho, né, na íntegra. E, aí caso você
237	tenha alguma dúvida os meus dados estão no termo de consentimento livre e
238	esclarecido, que você assinou e, se você quiser também me procurar pra saná-las você
239	pode me procurar. E, o trabalho, após a apresentação, ele estará disponível na
240	biblioteca da universidade Metodista e você também pode consultá-lo [tá bom] eu
241	agradeço muito a sua participação. Obrigada!
242	Entrevistada nº12: Imagina, obrigada você!

Entrevista 13**Data:** 28 de junho de 2013**Local:** Instituto Metodista de Ensino Superior

Rua do Sacramento, 230 – Rudge Ramos – São Bernardo do Campo / SP.

1	Entrevistadora: Vamos lá! Primeiramente eu agradeço a sua participação e dizer que
2	você está contribuindo para o crescimento do conhecimento acadêmico. E, eu vou
3	agora explicar, né, como que vai funcionar a entrevista para que a gente possa dar
4	andamento nas perguntas [tá]. Então, considere que sempre que eu mencionar a
5	palavra produtos estarei me referindo a um ou mais dos seguintes produtos: CDS,
6	DVDS, equipamentos eletrônicos, <i>softwares</i> , roupas, bolsas, calçados, acessórios, que
7	no caso seriam: relógios, colares, anéis, pulseiras, cintos etc., brinquedos e/ou
8	utensílios domésticos. E, para responder as perguntas considere apenas o comércio
9	informal que é, para o efeito desse estudo, composto pelos camelôs, marreteiros e/ou
10	vendedores ambulantes. Tá certo? [certo]
11	Entrevistadora: Então a primeira pergunta: é o que leva você a adquirir produtos no
12	comércio informal?
13	Entrevistada nº13: Primeiramente o valor. Sempre é mais baixo que os originais
14	de::/ da loja.
15	Entrevistadora: Então o valor seria uma vantagem?
16	Entrevistada nº13: Sim.
17	Entrevistadora: E, qual que seria uma desvantagem do comércio informal?
18	Entrevistada nº13: A desvantagem é que você sabe que como não é original ele não
19	tem a durabilidade ((risos)) que teria no normal, né. [entendi]
20	Entrevistadora: Então você não se sente segura no que se refere à qualidade do
21	produto?
22	Entrevistada nº13: Qualidade não.
23	Entrevistadora: E, como que você decide o que você vai comprar no camelô?
24	Entrevistada nº13: Bom vai/ no meu caso é de acordo com a necessidade mesmo.
25	Igual há pouco tempo eu comprei um <i>MP3</i> . Aí:: porque eu tava realmente precisando,
26	precisava de fazer umas gravações, então, foi útil pra mim. Mas, assim, se eu tivesse
27	realmente com dinheiro na época, eu não compraria lá, eu compraria sempre na:: na
28	loja.
29	Entrevistadora: E, você efetua compras próximo aonde você trabalha ou próximo ao
30	lugar da residência?
31	Entrevistada nº13: Próximo ao lugar da residência.
32	Entrevistadora: E, você efetua compras no comércio informal de outras cidades?
33	Que não seja a que você mora e trabalha?
34	Entrevistada nº13: Não! Não costumo.
35	Entrevistadora: E, como que você avalia a segurança do local onde você faz as suas
36	compras?
37	Entrevistada nº13: Não tem nenhuma. [não tem segurança?] nada ((risos)) [entendi]

38	Você compra meio que no escuro mesmo.
39	
40	Entrevistadora: E, o atendimento como você avalia?
41	Entrevistada nº13: O atendimento é bom. Acho que por ser um povo mais simples,
42	né, eles acabam atendendo bem::, não sei como é a palavra, mas, eles são bem
43	acolhedores, né, na hora de te atender.
44	
45	Entrevistadora: E, com qual frequência você compra no comércio informal?
46	Entrevistada nº13: Não tenho uma base assim concreta, mas, acho que pelo menos
47	de seis em seis meses eu compro uma coisa.
48	Entrevistadora: E, você gasta mais ou menos quanto? Quando você compra?
49	Entrevistada nº13: É bem pouco. Tem que falar valores assim? [é se você tiver?]
50	Mais ou menos? Acho que menos de cem reais.
51	Entrevistadora: E no caso você paga em dinheiro, à vista, a prazo [à vista] sempre
52	em dinheiro ou cartão?
53	Entrevistada nº13: Sempre em dinheiro.
54	Entrevistadora: E, como você avalia os preços no comércio informal?
55	Entrevistada nº13: Bom eu já até falei, mas, eu acho bem::: o valor bem acessível.
56	Bem abaixo do normal de uma loja que vende o produto original.
57	Entrevistadora: E, varia muito de uma barraquinha de camelô pro outro?
58	Entrevistada nº13: Não. Eu não sei como que funciona, mas, eu acho que eles se
59	acordam bem em relação isso. A gente acaba comprando mais por afinidade do dono
60	da barraca. [Ah tá então você/] porque os valores geralmente são bem parecidos.
61	[Então, você cria um/] Um vínculo mesmo com a pessoa. [Ah tá e isso te leva a
62	comprar?] Me leva a comprar sempre com a mesma pessoa.
63	Entrevistadora: E, quais produtos que você compra no comércio informal?
64	Entrevistada nº13: Ah eu já comprei o MP3, já comprei carregador de pilha. Meu
65	marido já comprou alguns <i>DVDs</i> . Normalmente essas coisas.
66	
67	Entrevistadora: E, no seu meio familiar, de trabalho e de amigos é comum a compra
68	de produtos no comércio informal?
69	Entrevistada nº13: Acho que não. [Não, as pessoas não compram?] a minha família
70	ela não compra, é muito, muito difícil mesmo eu ver meu pai ou minha mãe
71	comprando alguma coisa em barraca. E, eu creio que aqui no trabalho também não, as
72	meninas/ não, até tem, mas, eu não vou saber te dizer o que exatamente elas
73	compram. Mas, às vezes, a gente ouve falar “ah comprei tal coisa e foi em tal
74	barraca” [Mas, de maneira geral não é comum as pessoas comprarem?] Não, não é
75	comum.
76	Entrevistadora: E, o que vem na sua mente quando a gente fala de comércio
77	informal? Qual que é a primeira coisa que você pensa quando a gente fala?
78	Entrevistada nº13: Hum primeira coisa que eu penso? (+) Ah eu penso muito em
	relação à qualidade mesmo do negócio, eu sempre olho aquilo, assim, tem um nego/
	bato o olho naquilo, aí eu tô precisando disso, mas, eu sempre fico pensando assim

79	será que vai valer a pena eu comprar aquilo? Sabe? Aí eu acabo comprando por não
80	ter condições de pagar mais caro por aquilo no original, mas, sempre me vem em
81	relação à qualidade, eu bato o olho e lembro, isso aqui eu acho que não vai ser bom,
82	sabe? [Entendi. O que te lembra o comércio informal é falta de qualidade?] Falta de
83	qualidade. É.
84	Entrevistadora: E, o que você pensa sobre esse tipo de comércio informal?
85	Entrevistada nº13: O que eu penso? Em relação à:: [ao comércio informal]
86	informal? Bom eu acho assim, que é um comércio, é::: que querendo ou não cresce,
87	sabe? Ele tem um crescimento até que bem legal no ramo. Mas, eu acho também
88	muita dificuldade que o próprio governo impõe sobre eles, pra eles serem, pô pra eles
89	se tornarem algo formais, sabe? Então, eu acho, assim, acho válido o comercio deles e
90	acho que até pelo motivo do governo não incentiva-los eles acabam continuando na
91	informalidade.
92	Entrevistadora: E, de que forma você acha que o governo não incentiva?
93	Entrevistada nº13: Ah eu acho que é muito difícil pra você conseguir manter uma
94	empresa aberta pagando todos os impostos, tudo certinho. O governo sempre
95	atrapalha em relação a isso, então acaba obrigando mais e mais pessoas a abrirem
96	comércio informal.
97	Entrevistadora: E, o que quê as outras pessoas pensam, na sua opinião, sobre o
98	comércio informal?
99	Entrevistada nº13: Não sei se eles vão ter a mesma/ o mesmo pensamento que eu,
100	né. Mas, eu acho que é isso, não sei exatamente o que as outras pessoas devam
101	pensar. Eu acho que as pessoas acabam por não ter informação, acabam nem tendo a
102	noção de que eles são informais por causa de certos motivos, sabe. Eles acabam
103	simplesmente achando, ah informal porque quer ou é formal porque tem dinheiro pra
104	manter. Eu acho que acaba não tendo muito esse tipo de informação.
105	Entrevistadora: E, você já ouviu ou leu em jornais, rádios, televisão ou internet algo
106	sobre o comércio informal que você possa citar algum exemplo pra mim?
107	Entrevistada nº13: Não, eu não me recordo agora. Mas, o que a gente sempre/ ah o
108	que me vem assim, é sempre aquela que passa na/ no jornal é sobre os fechamentos,
109	né. De barraca, fecha barraca na vinte cinco, fecha o prédio da, lá dos [da galeria
110	Page?] é da galeria, sabe por causa da informalidade mesmo, é nota fiscal fria, muita
111	coisa errada. Aí, o que vem na minha cabeça quando fala em relação a mídia, assim, o
112	que sempre mostra é isso, é sempre o lado negativo da coisa, né. Sempre que eles
113	estão errados, que eles não pagam impostos, então eles têm que fechar, é material que
114	não tá legalizado. É sempre isso.
115	Entrevistadora: E, quando os produtos comprados no comércio informal apresenta
116	algum problema como você resolve a questão junto ao vendedor?
117	Entrevistada nº13: Não resolve ((risos)) pelo menos eu nunca fui reclamar, porque
118	justamente pelo preço eu sei que tô pagando um negócio que não tem tanta qualidade.
119	Então, se estragou ou eu pego em dinheiro a mais e compro o original ou eu não vou
120	reclamar.
121	Entrevistadora: No caso então com você descarta esses produtos? Já que você não
122	reclama então você tem que descartar ou jogar fora [jogar fora]. Mas, você joga no

123	lixo normal, você faz alguma coleta seletiva?
124	Entrevistada nº13: Não. Eu não costumo separar não, eu jogo no normal mesmo.
125	Entrevistadora: E, de maneira geral, mesmo os que não apresentam problema depois
126	que você usa, você também joga no lixo normal ou você faz alguma coleta?
127	Entrevistada nº13: Normal, eu nunca/ eu não costumo fazer coleta. Até porque eu
128	não sei se isso é culpa minha de não procurar os locais sabe, ou se é falta de
129	divulgação mesmo. Eu até entendo que tenha por aqui algum tipo de lugar que
130	recolha sabe, mas, eu nunca vi. E, como tempo é pouco, né. E sempre tenho pouco
131	tempo, eu acabo não procurando, é a necessidade acabo e jogo e acabou.
132	Entrevistadora: E, causa alguma preocupação o fato desses produtos não serem
133	reciclados?
134	Entrevistada nº13: Sim, sim. Eu sempre fico pensando assim, é:: com o avanço
135	mesmo da tecnologia, né, a gente sempre troca muita coisa. Eu tenho lá em casa cerca
136	de uns quatro celulares que não funcionam, tão guardados numa caixinha lá, sabe. Eu
137	fico pensando assim, o que quê eu vou fazer com isso? Não vou fazer nada, mas, eu
138	não sei aonde jogar isso, sabe. Então, assim, acaba preocupando, eu acabo retendo
139	aquilo por um tempo até eu pensar numa boa maneira de jogar aquilo. Aí por fim eu
140	acabo não achando eu acabo jogando no normal. Mas, me preocupa e o fato de/ o que
141	comprova isso é que eu fico guardando um pouco, sabe, eu guardo fico ali retendo,
142	retendo, retendo até eu achar/ não achar nenhuma solução e jogo no lixo normal.
143	[Algum desses celulares você comprou no comércio informal ou não?] Comprei.
144	Foram acho que dois. Dois são originais mesmo, mas os outros dois são do comércio
145	informal.
146	Entrevistadora: E, no caso, a compra de produtos no comércio informal prejudica o
147	meio ambiente?
148	Entrevistada nº13: (+) Eu acho que sim. Porque eu acho que em relação à fabricação
149	mesmo, acho que justamente por ser informal o próprio fabricante ao fabricar ele não
150	tem essa consciência, porque querendo ou não tudo que a gente usa é extraído da
151	natureza. Por mais que a gente ache que não, né, é extraído da natureza. Então, se ele
152	pega/ se ele retém isso pra fabricação dele e ele não tem essa consciência, acaba
153	prejudicando. E, a gente acaba comprando, né, por uma/ por mania mesmo ou por
154	necessidade. Então eu creio que sim.
155	Entrevistadora: E, você sabe com esses produtos são fabricados? Porque você falou
156	é/
157	Entrevistada nº13: Então, eu não entendo muito dessa fabricação, mas, pelo pouco,
158	pouco estudo que eu tenho eu sei que tudo é retirado. Então acaba prejudicando
159	porque se você não tem uma/ um produto sustentável, né, você não se preocupa, você
160	retira aquilo da natureza, não repõe depois, então, acaba tendo/ prejudica muito
161	mesmo.
162	Entrevistadora: E, causa alguma preocupação o fato de não saber como ele é
163	fabricado? Como alguns produtos são fabricados?
164	Entrevistada nº13: Olha isso não. De fato não preocupa. ((risos))
165	Entrevistadora: E, na sua opinião, a comprar de produtos no comércio informal
166	prejudica as próximas gerações? Os seus netos, os seus/?

167	Entrevistada nº13: Sim. Sim. Prejudica porque/ no caso, assim a compra, né, a
168	168 pessoa comprar? Eu acho que sim porque acaba sendo um círculo vicioso, assim, eu
169	169 nunca vi os meus pais comprando, mas, eu já compro, provavelmente os meus filhos
170	170 vão me ver comprando, sabe. Então cê acaba criando um círculo, assim, vicioso de
171	171 compra daquilo e:: acaba, não sei como é que eu vou dizer. Mas acaba:./ fala de novo
172	172 a pergunta por gentileza. [a comprar de produtos no comércio informal prejudica as
173	173 próximas gerações?] Ah tá, sim. Porque a pessoa acaba crescendo/ vamos supor, se eu
174	174 vejo a minha mãe comprando aquilo eu acho que aquilo é legal, porque a minha mãe
175	175 comprou. Então cê acaba não explicando pra criança a importância de você comprar
176	176 aquilo original, com a nota, com isso, com aquilo, tudo certinho. Porque a criança
177	177 acha que aquilo que a mãe dela tá fazendo ou o pai tá fazendo é correto. Então ela vai
178	178 seguir aquilo, sem procurar saber se aquilo é certo, se aquilo é errado. [entendi] Então
179	179 acaba, acaba por:: você dando sequência no, no erro entendeu, sem procurar se de fato
180	180 aquilo é o melhor. Acho que é isso.
181	Entrevistadora: E, você sabe a origem dos produtos vendidos no comércio informal?
182	182 De onde eles vêm?
183	Entrevistada nº13: Não.
184	Entrevistadora: E, isso te causa alguma preocupação?
185	Entrevistada nº13: Não.
186	Entrevistadora: E, você deixaria de comprar um produto no comércio informal caso
187	187 soubesse que ele causa impacto pra sociedade, pro meio ambiente e pras próximas
188	188 gerações?
189	Entrevistada nº13: Sim. Sim.
190	Entrevistadora: E, você acha que ao comprar produtos no comércio informal você
191	191 está prejudicando ou causando risco, para as outras pessoas, mesmo que sem intenção
192	192 ou em pequeno grau?
193	Entrevistada nº13: Não vejo, não vejo. [nenhum risco?] Não vejo causar risco [nem
194	194 prejudicar, né] Não.
195	Entrevistadora: E, o fato de comprar produtos no comércio informal, na sua opinião,
196	196 oferece ameaça a dignidade e ao bem estar das outras pessoas?
197	Entrevistada nº13: Não. Não.
198	Entrevistadora: E, você analisa as consequências positivas e negativas pra você
199	199 mesma e pras outras pessoas antes de compra?
200	Entrevistada nº13: Hum, hum. Não [você acaba não analisando, né?] Não. Você
201	201 acaba comprando por necessidade mesmo, mas, cê não para pra pensar se aquilo vai
202	202 fazer mal pra alguém, se vai fazer mal até mesmo pra você. Você simplesmente
203	203 compra e pronto.
204	Entrevistadora: Em qual situação você deixaria de comprar no comércio informal?
205	Entrevistada nº13: Se os valores dos originais fossem mais acessíveis. Aí eu pararia
206	206 de vez de comprar no informal e só compraria o original.
207	Entrevistadora: Tá ótimo eu agradeço muito pelas suas respostas e agora eu vou
208	208 fazer algumas perguntas de um caráter um pouco mais pessoal [tá] e aí eu peço que

209	você me informe, né. Qual que é a sua formação escolar?
210	Entrevistada nº13: Eu estou cursando a universidade. Primeira graduação, é
211	administração.
212	Entrevistadora: E, atualmente você está trabalhando?
213	Entrevistada nº13: Estou.
214	Entrevistadora: Qual que é a sua profissão?
215	Entrevistada nº13: Auxiliar da coordenação.
216	Entrevistadora: E, eu vou falar algumas rendas salariais mensais e aí você me fala
217	em qual que a sua renda se enquadra, tá? [sim, sim]
218	De R\$678 a R\$2,034.
219	De R\$2,035 a R\$4,068.
220	De R\$4,069 a R\$6,102.
221	e acima de R\$6,103.
222	Entrevistada nº13: É o primeiro de 678 a 2.034.
223	Entrevistadora: Qual que é o seu estado civil?
224	Entrevistada nº13: Casada.
225	Entrevistadora: E, em qual cidade você reside?
226	Entrevistada nº13: São Bernardo do Campo.
227	Entrevistadora: Em qual cidade você trabalha?
228	Entrevistada nº13: São Bernardo do Campo.
229	Entrevistadora: Qual que é a sua idade?
230	Entrevistada nº13: 27.
231	Entrevistadora: Tá ótimo, agradeço muito a sua participação e informo que essa
232	entrevista vai ser transcrita, e ela constará na íntegra no trabalho, no entanto, em
233	nenhum momento você vai ser identificada e durante, né, o processo de análise dos
234	dados, eu queria saber se eu posso te procurar caso eu tenha alguma dúvida [pode,
235	pode sem problemas]. E, o outro ponto é informar que eu estarei disponível pra
236	esclarecer qualquer dúvida que você tenha, você tem os meus dados por meio do
237	termo de consentimento livre e esclarecido e se você quiser depois da apresentação do
238	trabalho, você pode consultá-lo na biblioteca da Universidade Metodista que ele
239	estará a disposição.
240	Entrevistada nº13: Tá tá bom. [muito obrigada].

APÊNDICE D – Resumo Explicativo das Normas de Transcrição

OCORRÊNCIAS	SINAIS	EXEMPLO
Truncamento da palavra quando não é finalizada	/	Entrevistada nº1: É per/ tanto perto da minha casa, moro em São Caetano, mas às vezes eu ando muito na Marechal lá no centro de São Bernardo, então os dois locais mais que eu acabo indo, não chego a ir longe São Paulo, Brás, essas coisas aí eu acabo não indo, eu vou mais próximo de casa mesmo.
Prolongamento de vogal e consoante	:: podendo aumentar para ::: ou mais, cada : equivale a um segundo	Entrevistada nº2: Bem, ah::: barraquinhas mesmo de camelô. Como eu nasci aqui em/ eu não nasci em São Bernardo, mas eu fui criada em São Bernardo, tem a praça Lauro Gomes que é o ponto.
Qualquer pausa	...	Entrevistada nº7: Na hora...
Quando faz intervenção na fala do outro	[]	Entrevistada nº7: Sim. [Você pode citar algum exemplo?] Ah, que nem as pessoas tem DVD original elas pagam impostos, elas pagam aluguel, água, luz e a pessoa que/ o vendedor ambulante não paga nada disso, né.
Pausas e silêncios	(+) ou (2.5)	Entrevistada nº7: (+) da cidade?
Repetições	Própria letra / palavra	Entrevistada nº4: Então aí depende da da pessoa, geralmente algumas pessoas torcem o nariz um pouco, porque é uma coisa falsa, ou então é uma coisa barata, mas a maioria das pessoas aceita porque é a facilidade da pessoas ter acesso a muitas vezes a um filme, a alguma coisa que de outra forma não teria.
Pausa preenchida, hesitação ou sinais de atenção		Entrevistado nº9: Ah sim viu. Sim! Essa parte de software, CD e filmes isso é comum.

Fonte: Adaptado pela autora de Preti e Urbano (2009).

APÊNDICE E – Caracterização dos Participantes

Participante	Idade	Estado civil	Cidade residência	Cidade trabalho	Faixa Salarial	Escolaridade	Cargo
Entrevistada nº1	41	Casada	São Caetano do Sul	São Bernardo do Campo	De R\$ 678 a R\$ 2.034	Ensino Médio	Auxiliar de coordenação
Entrevistada nº2	26	Casada	São Bernardo do Campo	São Bernardo do Campo	De R\$ 678 a R\$ 2.034	Especialização em Assessoria Gerencial	Docente e monitora na educação a distância
Entrevistada nº3	29	Solteira	Santo André	São Bernardo do Campo	De R\$ 2.035 a R\$ 4.068	Graduação em Farmácia	Assistente administrativa
Entrevistada nº4	30	Solteira	Santo André	Santo André	De R\$ 678 a R\$ 2.034	Graduação em Letras	Vendedora
Entrevistada nº5	25	Casada	Diadema	São Bernardo do Campo	De R\$ 678 a R\$ 2.034	Graduação Tecnológica em Gestão Ambiental	Monitora na educação a distância
Entrevistada nº6	44	Solteira	Diadema	São Bernardo do Campo	De R\$ 2.035 a R\$ 4.068	Ensino Médio	Assistente de coordenação
Entrevistada nº7	26	Solteira	Ribeirão Pires	Santo André	De R\$ 678 a R\$ 2.034	Ensino Médio - Técnico em Estética	Auxiliar administrativo
Entrevistada nº8	32	Solteira	Diadema	Diadema	De R\$ 678 a R\$ 2.034	Graduação em Letras	Agente administrativo
Entrevistado nº9	26	Solteiro	São Caetano do Sul	São Paulo	De R\$ 4.069 a R\$ 6.102	Graduação em administração	Analista econômico financeiro
Entrevistado nº10	39	Casado	Rio Grande da Serra	São Bernardo do Campo	De R\$ 678 a R\$ 2.034	Graduação em Letras (cursando)	Interprete de libras
Entrevistada nº11	27	Solteira	Mauá	Mauá	De R\$ 4.069 a R\$ 6.102	Graduação em Administração	Analista de Suprimentos e Materiais
Entrevistada nº12	43	Casada	São Bernardo do Campo	São Bernardo do Campo	De R\$ 678 a R\$ 2.034	Graduação em Pedagogia	Auxiliar de direção
Entrevistada nº13	27	Casada	São Bernardo do Campo	São Bernardo do Campo	De R\$678 a R\$2,034	Graduação em Administração (cursando)	Auxiliar da coordenação