

## Vendedores Ambulantes e o Modelo de CAIRD (1991): Tendência Empreendedora Geral (TEG)

Roosiley dos Santos Souza<sup>1</sup>

Amélia Silveira<sup>2</sup>

Sabrina do Nascimento<sup>3</sup>

Michele Oliveira do Espírito Santo<sup>4</sup>

**Resumo:** O empreendedorismo tem se mostrado um tema relevante no meio acadêmico e organizacional. E, dentre outros enfoques traçar o estudo do comportamento empreendedor se revela uma tendência. O objetivo do estudo foi analisar a tendência empreendedora geral (TEG) dos vendedores ambulantes do município de Corumbá (MS). Os atores sociais pesquisados foram 28 vendedores ambulantes que trabalham em eventos locais. O método foi descritivo, quantitativo, dedutivo, pautado em análise auxiliada pelo Statistics 8.0. Os vendedores ambulantes participantes da pesquisa, não alcançaram a média esperada em nenhuma das cinco características comumente encontradas em indivíduos com perfil empreendedor. A TEG dos respondentes ficou a quem do resultado esperado. Este fato parece indicar que os vendedores ambulantes iniciaram seus empreendimentos não pela visualização de uma oportunidade de negócio, mas pela necessidade de garantir o sustento, ou complementar a renda familiar.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Tendência Empreendedora Geral (TEG). Empreendedor Informal. Vendedores Ambulantes.

### 1 Introdução

De acordo com Guimarães e Siqueira (2007) “A reestruturação produtiva ocorrida no pós fordismo promoveu a desverticalização e a redução do mercado de trabalho, especialmente daqueles empregos tradicionais, com registro e proteção trabalhista”. Essas mudanças foram significativas e afetaram os negócios, estimulando o crescimento da informalidade.

Gomes, Freitas e Capelo Junior (2005) consideram o trabalho informal como [...] a unidade econômica caracterizada pela produção em pequena escala, pelo reduzido emprego de técnicas e pela quase inexistente separação entre o capital e o trabalho. Tais unidades também se caracterizariam pela baixa capacidade

<sup>1</sup> Mestre em Desenvolvimento Local (UCDB). Professora da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) – Campus Pantanal. Email: roosiley@hotmail.com.

<sup>2</sup> Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Professora do Programa de Mestrado e Doutorado em Administração (PPGA) e Programa de Mestrado em Gestão e Práticas Educacionais (PROGEDE) da Universidade Nove de Julho. Email: ameliasilveira@gmail.com

<sup>3</sup> Mestre em Ciências Contábeis pela Universidade Regional de Blumenau e Doutoranda em Administração. Bolsista PROSUP pela Universidade do Vale do Itajaí. Email: sabnascimento@gmail.com.

<sup>4</sup> Graduada em Administração e Especialista em Gestão de Projetos. Professora da Universidade de Mato Grosso do Sul (UFMS) – Campus Três Lagoas. Email: roosiley@hotmail.com.

de acumulação de capital e por oferecerem empregos instáveis e reduzidas rendas. Os trabalhadores informais exercem atividades econômicas à margem da lei e desprovidas de proteção ou regulamentação pública.

Este trabalhador informal exerce um papel destacado diante da sociedade na qual se encontra inserido, sendo reconhecido e denominado de vendedor ambulante. Pode ser caracterizado como um empreendedor informal.

Caird (1990b) afirma que o empreendedor é uma pessoa que mostra uma forte utilização de capacidade de qualidades empresariais, tais como iniciativa, persuasão, flexibilidade e criatividade. Em consonância Gibb (1998) diz que o grau em que as habilidades empreendedoras pessoais são exigidas do gestor/empresário é uma função do ambiente contextual que ele enfrenta. Os altos níveis de incerteza e complexidade em um determinado contexto exigirão maior comportamento empreendedor. Segundo Filion (1999), o empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.

Na tentativa de compreender o perfil e entender as tendências empreendedoras dos indivíduos buscou-se na literatura formas de mensurar esse perfil comportamental. Sabendo-se que Caird (1988) realizou estudos voltados ao empreendedorismo na área comportamental e propôs um modelo denominado Tendência Empreendedora Geral (TEG) este passou a nortear o presente trabalho. O TEG divulga um conjunto de dimensões traçadas a partir das tendências dos empreendedores, sendo elas: necessidade de sucesso; necessidade de autonomia; tendência criativa; assumir riscos; e, impulso e determinação.

Extrapolando o ambiente acadêmico e organizacional, entretanto, percebe-se que há necessidade da realização de pesquisas voltadas à análise das tendências empreendedoras no meio social, voltada para o vendedor ambulante. E, para colaborar com a discussão a respeito desta temática, essa pesquisa se apóia na afirmação de Ferreira, Gimenez e Ramos (2005, p. 50): “o meio em que o indivíduo está inserido e o sistema de valores e crenças compartilhadas podem influenciar a sua opção por empreender”. Acredita-se que conhecer e reconhecer a TEG dos vendedores ambulantes de Corumbá (MS) possibilitará acrescentar conhecimentos sobre este tipo de empreendedor informal. Conhecer seu perfil empreendedor, quase desconhecido em termos de estudos mais regulares, poderá servir para elucidar e ampliar o conhecimento sobre este tipo de trabalhador brasileiro. Da mesma forma para amparar a formulação e construção de políticas públicas na intenção de inseri-lo no mercado formal, dentre outras finalidades.

## ***2 O Empreendedorismo e a Tendência Empreendedora Geral (TEG)***

Souza, Fracasso e Lopez Júnior (2008, p.3) mencionam que na literatura existe uma dificuldade em relação “a ausência de uma definição de consenso, levando a discordâncias na conceituação do empreendedor”. O empreendedorismo traduz-se num conjunto de práticas capazes de garantir a geração de riqueza e um melhor desempenho àquelas sociedades que o apoiam e o praticam (FILION, 1992). Ainda anteriormente Filion (1991) afirmou que o empreendedorismo pode ser compreendido como um fenômeno temporal e espacial, relacionado ao período e ao local onde os indivíduos vivem. Mais recentemente Filion (1997) complementou este entendimento revelando

que as características dos empreendedores refletem as características do período e do local onde eles vivem, caracterizando o empreendedorismo como um fenômeno regional e histórico.

Em relação ao entendimento da perspectiva comportamental, Caird (1988) menciona que os empreendedores possuem um conjunto de características e/ou tendências intrínsecas que os distinguem das outras pessoas e, geralmente, estão associadas em um mesmo indivíduo, tais como: necessidade de sucesso; necessidade de autonomia; tendência criativa; assumir riscos; e, impulso e/ou determinação. Essas características e/ou tendências serviram de subsídio a este autor para elaborar um teste (Tendência Empreendedora Geral) para aferir essas tendências comportamentais, em 1991. O teste foi desenvolvido na *Durham University Business School*, na Inglaterra por Caird (1991) e, desde então, tem fomentado o interesse internacional dos centros acadêmicos, que buscam por meio desse teste diagnosticar e potencializar as áreas de empreendedorismo e inovação, na formação de profissionais. Para Caird (1988) todas as pessoas apresentam algumas características empreendedoras em seu perfil comportamental, sendo que, para tanto, basta saber se a quantidade de características apresentadas é suficiente para que o indivíduo possa ser considerado um possível empreendedor de sucesso. Na sequência, a Figura 1 que apresenta as dimensões do modelo proposto por Caird (1991).



**Figura 1 – Dimensões do modelo de TEG proposto por Caird (1991)**

Fonte: Caird (1991).

A Figura 1 mostra as cinco dimensões do modelo TEG, proposto por Caird (1991), sendo que se apresenta, a seguir, o entendimento básico sobre as cinco dimensões do teste, a saber:

**a) Necessidade de Sucesso/Realização**—A dimensão necessita de características voltadas a alta motivação do empresário para alcançar metas e está relacionada a situações em que o desempenho está voltado para o sucesso ou fracasso, além de associar-se a elevada necessidade de autoconhecimento, planejamento, tomada de decisão, iniciativa, resolução de problemas, inovação e determinação. Uma pontuação elevada nesta dimensão reflete uma orientação para a tarefa, forte ética no trabalho, desenvolvimento de metas desafiadoras. As pontuações baixas remetem a indivíduos que demonstram características voltadas para a falta de ambição e objetivos (CAIRD, 1991).

**b) Necessidade de Autonomia/Independência:** Nesta dimensão caracteriza-se pela iniciativa de iniciar um negócio, sendo relacionada com atributos voltados para a

determinação e autoconfiança. Sendo que nesta dimensão a pontuação mais elevada está relacionada à necessidade de fazer as coisas de forma independente, determinada, não convencional e a baixa valorização da realização de trabalhos com pouca autonomia pessoal. E a pontuação mais baixa quando se remete a indivíduos com flexibilidade na tomada de decisões, uma preferência na realização de trabalhos para outras pessoas ao invés de cargos de gerência (CAIRD, 1991).

**c) Tendência Criativa:** Essa dimensão nos remete a capacidade inovativa que operacionalmente pode ser percebida como um potencial curioso, versátil e imaginativo presente no comportamento dos indivíduos (CAIRD, 1991). A interpretação para as pontuações mais elevadas nesta dimensão indicam que os indivíduos possuem características voltadas para uma imaginação e orientação inovadora, versatilidade, intuição, uma preferência pelas novidades e uma forte tendência a aplicar suas próprias ideias no ambiente em que está inserido. Entretanto, as pontuações baixas apontam para indivíduos com características comportamentais que sugerem a preferência pela estabilidade, a utilizar ideias de outras pessoas e sem grande potencial imaginativo (CAIRD, 1991).

**d) Propensão a Riscos:** A sensibilidade ao risco é uma característica do comportamento empresarial. A propensão ao risco pode se manifestar ou ser evitada pelos indivíduos em diferentes situações de recompensa e/ou retorno esperado. Desta forma, a propensão ao risco calculada é definida operacionalmente pela capacidade de lidar com informações incompletas e agir de acordo com uma opção arriscada, que requer habilidades a realização de metas desafiadoras por parte dos indivíduos que as vivenciam (CAIRD, 1991). Nesta dimensão a interpretação para a pontuação elevada sugere a capacidade que o risco representa quando a consciência da falha não supera o incentivo ao sucesso, ou seja, a capacidade de tomar decisões em condições incertas e sem a necessidade exaustiva de reunir informações para o processo de tomada de decisão. Em contrapartida, as pontuações baixas revela uma abordagem mais cautelosa para o processo de tomada de decisão e uma preferência por ambientes com incerteza reduzida (CAIRD, 1991).

**e) Impulso/Determinação:** Os atributos desta dimensão correspondem à iniciativa, tolerância, dominância, realização, bem-estar, afirmação, independência, eficácia, sociabilidade. A pontuação mais elevada nesta dimensão pode ser interpretada como indivíduos que tendem a proatividade, crença, conquista de objetivos devido à capacidade e esforço. Em contrapartida, as pontuações baixas correspondem a indivíduos com uma visão de vida não controlada por si, mas por fatores externos, dependência, crença de que o sucesso depende do fator sorte (CAIRD, 1991).

Dornelas (2007) assevera que apesar de não haver este padrão de comportamento para os indivíduos empreendedores, existem características comuns que podem ser encontradas nestes indivíduos, que nem sempre são natas, mas desenvolvidas ao longo da vida pelo surgimento de oportunidades ou para atender a determinadas necessidades. Este entendimento norteia a constatação de que se tornar um empreendedor é algo que pode acontecer com qualquer pessoa, e em qualquer momento da vida. Dessa maneira, a TEG assume sua importância visto que possibilita identificar e medir até que ponto um indivíduo possui ou não essas características específicas do comportamento empreendedor, adotando uma análise de cinco dimensões. O estudo dos vendedores ambulantes com auxílio da TEG, desta forma, apresenta certa importância, na medida em que a aplicação do modelo viabiliza a percepção dos traços do

comportamento empreendedor destes indivíduos, a partir da análise de cinco dimensões presentes comumente em empreendedores de sucesso.

### ***3 Estudos anteriores que utilizaram o modelo de Caird (1991)***

De forma geral, dentre outros, os estudos de Lumpkin e Dress (1996), Littunen (2002) e Kisflavi (2002) se reportam ao estudo de Caird (1991). Porém, os estudos anteriores que adotam a TEG e as cinco dimensões do modelo de Caird (1991), e que mais se assemelham ao aqui desenvolvido nesta pesquisa, podem ser citados os de Russo e Sbragia (2007); Ferreira e Aranha (2008); Araújo e Dantas (2009); Vedoin e Garcia (2010); Carreiro et al. (2010); Leal et al. (2011); e Simão (2012).

Russo e Sbragia (2007) investigaram a importância do empreendedorismo e do gerente de projetos para a adaptabilidade das empresas às necessidades de inovações em que se torna relevante avaliarem as características de um empreendedor corporativo agrega valor às atividades desempenhadas, na medida em que se reflitam em projetos bem sucedidos sob diferentes aspectos. A pesquisa analisou 164 gerentes de projetos em que se realizou a análise não paramétrica indicou uma tendência de se ter projetos mais bem sucedidos quando a tendência empreendedora dos gerentes demonstrou-se maior.

Ferreira e Aranha (2008) buscaram analisar o perfil empreendedor dos graduados do curso de Engenharia de Produção Mecânica da Universidade Federal de Itajubá, a partir de um meta-modelo empreendedor e de suas características empreendedoras, com o auxílio da TEG. A amostra contemplada pela pesquisa abrangeu 17 discentes egressos que concluíram o curso de Engenharia de Produção nos anos de 2004, 2005 e 2006, além de 76 discentes que cursavam o 1º, 3º e 5º ano do curso. Os achados da pesquisa revelam que as tendências “necessidade de sucesso”, “necessidade de autonomia/independência” e “tendência criativa” ficaram abaixo da média esperada. Entretanto, a dimensão “assumir riscos” apresentou médias menores mais bem próximas da média esperada e por fim a dimensão “impulso e determinação” apresentaram resultados acima da média esperada entre a amostra dos discentes analisados.

Para Araújo e Dantas (2009) realizaram um estudo com o objetivo de traçar o perfil empreendedor dos discentes de Engenharia da Universidade Federal de Campina Grande na Paraíba, onde foram pesquisados 46 indivíduos. Os resultados revelaram que os discentes apresentaram uma tendência relacionada ao “impulso/determinação” próximas ao nível de TEG que remete as características empreendedoras. Entretanto, de maneira geral o perfil empreendedor ficou abaixo da média geral quando confrontado com o ideal para os indivíduos com tendências empreendedoras.

Em linha com o estudo anterior, Vedoin e Garcia (2010) objetivaram traçar o perfil empreendedor dos discentes do curso de Arquivologia da Universidade Federal de Santa Maria, o estudo foi realizado com 68 discentes e os resultados evidenciam um baixo nível de empreendedorismo entre os discentes pesquisados em todas as tendências do modelo;

Ainda no ambiente acadêmico, Carreiro et al. (2010) em sua pesquisa avaliaram a tendência empreendedora geral dos discentes do curso de graduação em Educação Física das Faculdades Unidas do Norte de Minas Gerais, sendo que o estudo compreendeu 35 discentes. Os resultados asseveram que os discentes apresentaram não apresentaram níveis de empreendedorismo satisfatórios e dentre as cinco características

do modelo de Durham, apenas a tendência “impulso/determinação” apresentou médias próximas aos níveis esperados quando comparadas ao modelo.

Leal et al. (2011) buscaram diagnosticar a tendência empreendedora do corpo docente de uma instituição pública de ensino superior situada no estado da Paraíba, sendo que a pesquisa contemplou 11 docentes da instituição analisada. Os achados do estudo demonstram que dentre os docentes analisados das cinco características da tendência empreendedora geral as tendências predominantes foram a “necessidade de sucesso” e o “impulso/determinação” que obtiveram médias próximas aos valores estipulados pelo modelo.

Simão (2012) analisou o perfil empreendedor dos alunos concluintes do curso de administração de uma instituição de Ensino Superior Privada a fim de identificar a necessidade de aprimorar o projeto pedagógico do curso e a atuação consequente do seu corpo docente na formação empreendedora dos alunos. Os dados quantitativos foram feitos com 30 alunos concluintes e os dados quantitativos com seis alunos e três professores. A aplicação do TEG revelou que os estudantes se situaram próximos do parâmetro esperado nas dimensões “necessidade de realização” e “tendência a ter autonomia e independência”, abaixo ficaram as dimensões “tendência a assumir riscos” e “tendência criativa” e apenas acima do parâmetro “tendência a ter iniciativa e determinação”.

#### ***4 Método e Técnicas de Pesquisa***

A pesquisa de cunho descritivo buscou analisar a TEG em vendedores ambulantes do município de Corumbá (MS), a partir do modelo proposto por Caird (1991). Para Cervo e Bervian (2002, p. 66) a pesquisa de natureza descritiva tem o intuito de "procurar descobrir, com a precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e características".

O universo de abrangência do estudo compreendeu os sujeitos sociais na figura dos vendedores ambulantes cadastrados na Fundação de Cultura do Pantanal junto a Prefeitura Municipal de Corumbá, no estado do Mato Grosso do Sul. Estes participantes foram identificados a partir do cadastro que possuem junto ao órgão municipal e convidados por meio de ligações telefônicas a responderem ao instrumento de pesquisa durante o mês de junho de 2013. Dentre os vendedores ambulantes que receberam as ligações 28 compareceram no dia marcado nas dependências da Associação Comercial e Empresarial de Corumbá, para responderem ao instrumento de pesquisa. Assim, a seleção da amostra foi feita de maneira não probabilística e intencional, tendo em vista os fatores de acessibilidade e disponibilidade dos respondentes.

Para coleta de dados utilizou-se o instrumento de intervenção proposto por Caird (1991). O modelo tem por objetivo analisar os traços do comportamento empreendedor por meio de cinco dimensões: necessidade de sucesso; necessidade de autonomia/independência; tendência criativa; propensão a riscos; impulso/determinação. Estas dimensões estão distribuídas no instrumento de pesquisa em 54 afirmações onde o respondente deve apenas ler cada sentença e expressar sua concordância ou discordância, colocando Concordo (C) ou Não Concordo (N), para cada uma delas. Destaca-se ainda que para efeito desta pesquisa realizaram-se algumas adaptações no instrumento de coleta original adicionando-se algumas questões

relacionadas ao perfil dos respondentes e uma pergunta aberta, de interesse específico da Fundação, para conhecer o que levou o respondente a optar pelo comércio informal.

A análise dos dados valeu-se das informações quantitativas oriundas da tabulação do instrumento de pesquisa, auxiliada pela metodologia de Peloggia (2001), conforme as fases explicitadas no Quadro 1. Com relação à pergunta aberta que forneceu informações qualitativas, a forma de interpretação adotada compreendeu uma análise indutiva e interpretativa, alicerçada na revisão bibliográfica.

FASES	DESCRIÇÃO DO MÉTODO DE TABULAÇÃO DE PELOGGIA (2001)
<b>Primeira</b>	Consiste em anotar (01) ponto para cada (N) assinalado nas casas sombreadas do questionário e (01) ponto para cada © assinalado nas casas não sombreadas do instrumento de pesquisa.
<b>Segunda</b>	Compreende a soma e anotação do total das 54 cada linha do instrumento de pesquisa.
<b>Terceira</b>	Consiste em lançar a pontuação obtida em cada linha em uma tabela com duas colunas, sendo uma coluna com o número da linha e a outra com a pontuação obtida, pois facilita a visualização da pontuação pertencente a cada dimensão do modelo.
<b>Quarta</b>	Os pontos obtidos nas linhas serão somados e atribuídos às suas respectivas características, descritas na Tabela 1.

**Quadro 1 – Método de tabulação das informações da TEG de acordo com Peloggia (2001)**

Fonte: Adaptado de Peloggia (2001).

Após a etapa de organização dos dados por fases, conforme o Quadro 1, Peloggia (2001) sugere o agrupamento das dimensões por linhas, sendo: as linhas 1 e 6 expressam a dimensão “Necessidade de Sucesso”, a linha 3 correspondente a dimensão “Necessidade de Autonomia”, as linhas 5 e 8 referem-se a “Tendência Criativa”, as linhas 2 e 9 abordam a dimensão “Propensão a Riscos”, e por fim as linhas 4 e 7 dizem respeito a dimensão “Impulso e Determinação”. Na sequência, realizou-se o somatório das linhas por dimensão e efetuou-se o cálculo das médias em que se foram usadas para parâmetro os valores das dimensões da TEG propostas por Caird (1991) de acordo com a Tabela 1.

**Tabela 1 – Pontuação máxima e pontuação média esperada das cinco dimensões da TEG**

DIMENENSÕES DA TEG	PONTUAÇÃO MÁXIMA POR DIMENSÃO SEGUNDO CAIRD (1991)	PONTUAÇÃO ESPERADA POR DIMENSÃO SEGUNDO CAIRD (1991)
<b>Necessidade de Sucesso</b>	12	9,92
<b>Necessidade de Autonomia Independência</b>	6	4,14
<b>Tendência Criativa</b>	12	8,77
<b>Propensão a Riscos</b>	12	8,75
<b>Impulso e Determinação</b>	12	9,51
<b>Total da pontuação</b>	<b>54</b>	<b>41,04</b>

Fonte: Adaptado de Caird (1991).

A Tabela 1 discorre sobre as médias esperadas por dimensão da TEG elaboradas a partir da pontuação máxima de Caird (1991) que foram utilizadas para confrontar com os resultados deste estudo e por consequência traçar a partir delas a tendência empreendedora dos vendedores ambulantes analisados. Na sequência, utilizou-se o

*software Statistics* versão 8.0 para o cálculo da média, desvio padrão, número de observações, significância (p), graus de liberdade (df) e o valor t.

## 5 Análise dos Resultados

Os resultados foram apresentados em quatro partes. Na primeira constam as características gerais da Cidade de Corumbá, buscando contribuir para melhor entendimento do contexto do estudo. Em seguida, os resultados sobre o perfil dos respondentes, a TEG dos vendedores ambulantes analisados, e a comparação com estudos nacionais realizados sobre o tema, são evidenciados.

### 5.1 Cidade de Corumbá (MS)

A cidade de Corumbá foi fundada em 21 de setembro de 1778, também conhecida como capital do Pantanal é tida como um paraíso ecológico, que se estende entre os territórios de Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Bolívia e Paraguai. Localizada na fronteira com a Bolívia, a cidade possui 103.703 mil habitantes (IBGE, 2010), com 70% dos 65 mil quilômetros quadrados constituídos de pantanais, considerado pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) como Patrimônio Natural Mundial e Reserva da Biosfera. Esta cidade situa-se a 430 km de Campo Grande, capital do estado do Mato Grosso do Sul.

Corumbá tem potencial turístico, grandes mineradoras, desenvolvimento de pecuária, comércio e exportação. Das principais atividades turísticas o turismo de pesca e o turismo de eventos respectivamente ganham destaque. Ao longo dos últimos anos, a cidade busca se tornar um destino de turismo de eventos. Neste caso, a cidade possui um calendário de eventos que somam vários eventos anuais e que atraem milhares de turistas à região.

De acordo com Oliveira e Januário (2007) é inegável a importância dos eventos como uma das formas para potencializar o desenvolvimento turístico em um município.

O turismo de eventos é uma alternativa contrária ao turismo de massa, que é aquele em que ocorre em períodos de alta temporada, pois o turismo de eventos realiza-se em períodos de baixa temporada na região, e com isso, há a minimização de períodos de sazonalidade, uma vez que os eventos podem ocorrer durante todo o ano. Tenan (2002) ressalta que “o evento em si gera turismo, pois, sendo também um atrativo turístico, cria fluxo turístico”.

Os eventos que costumam acontecer anualmente na cidade são: Carnaval e o Arraial do Banho de São João. Estes eventos são de responsabilidade da Fundação de Cultura do município e o Festival América do Sul de responsabilidade do governo do estado, através da Fundação de Cultura do estado. Estes apresentam oportunidades de negócios para aqueles que queiram ingressar no mercado como empreendedores, tanto no segmento gastronômico como de artesanatos. Para tanto, estes eventos contam com a participação de trabalhadores ambulantes que oferecem elementos típicos da gastronomia e do artesanato local e que, por questões de necessidades ou oportunidades de negócios, desenvolvem seus empreendimentos voltados para o atendimento da demanda formada pela população, em geral, e por turistas que se deslocam para Corumbá, durante o período dos respectivos eventos.



A atividade do comércio ambulante tem crescido muito no Brasil, nos últimos anos. Durante muito tempo, foi vista como uma atividade ilegal, e o comerciante ambulante, como uma pessoa sem trabalho ou que ganha mal e precisa complementar a renda. Porém, a partir das mudanças ocorridas na economia do país, esta atividade tem se transformado em uma boa alternativa para quem deseja iniciar o próprio negócio. Novo Negócio (2013, p. 1), conceitua o vendedor ambulante como “aquele que trabalha por conta própria em vias públicas portando autorização”. O empreendimento pode parecer mais fácil de ser montado do que qualquer outro que preste serviço ao consumidor, mas também há burocracia e necessita de administração, pois não pode ficar na informalidade.

Diante da percepção da importância do comércio ambulante para o surgimento de novos negócios, geração de emprego e renda, se justifica o interesse por este estudo, no sentido de identificar a tendência empreendedora destes vendedores assume extrema relevância para o Município de Corumbá. Esta tendência, dentre outros pontos, poderá fomentar o surgimento de políticas públicas que valorizem, capacitem e colaborem com a sustentabilidade destes pequenos empreendimentos, tão importantes para o processo de consolidação do turismo de eventos e conseqüentemente para o desenvolvimento local.

Este estudo, que tem nos ambulantes que trabalham em eventos o seu objeto de estudo se insere nesta visão de interesse. De acordo com Savalli e Cavignac (2008) as atividades informais surgem como alternativas de trabalho para aqueles que necessitam sobreviver. Os vendedores são levados a tornarem-se ambulantes, em sua maioria, pelas precárias condições de vida, desemprego, facilidade para entrar na atividade informal, entre outros fatores. Quanto aos eventos turísticos Savalli e Cavignac (2008) explicam que cada evento, em particular, gera um espaço capaz de ser recriado de acordo com a sua dimensão, sua importância e duração. Esse ambiente facilita o surgimento do comércio ambulante, que disputa entre si o espaço urbano.

## **5.2 Perfil dos Respondentes**

As características dos respondentes são apresentadas a partir do gênero, faixa etária, escolaridade, experiência profissional anterior, os motivos que os levaram a optarem pela função atual, bem como o tempo de experiência no segmento.

Em relação às características analisadas, constatou-se que 75% pertencem ao gênero feminino e apresentam uma faixa etária entre 24 e 70 anos. Em contrapartida 25% dos respondentes são do gênero masculino com faixa etária que varia dos 27 aos 62 anos.

Quanto ao grau de escolaridade percebe-se em relação ao gênero feminino predominam respondentes com o ensino fundamental incompleto e no que se refere ao gênero masculino os respondentes em sua maioria alegaram possuir o ensino fundamental completo. E no que se referem às experiências profissionais anteriores as representantes do gênero feminino em sua maioria são domésticas e o gênero masculino em sua maioria alegou que sempre desempenhou a função de vendedores ambulantes.

A Tabela 2 evidencia os motivos que levaram os respondentes a desempenharem a função de vendedores ambulantes nas feiras da cidade de Corumbá (MS).

**Tabela 2 – Motivos que levaram os respondentes a desempenharem a função de vendedores ambulantes**

Motivos	Nº de respondentes	(%) Percentual
Possibilidade de melhor rendimento	21	75,00%
Falta de qualificação diante das exigências de mercado de trabalho	4	14,29%
Identificação com a atividade informal	3	10,71%
<b>Totais</b>	<b>28</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: dados da pesquisa.

De acordo com a Tabela 2, observa-se que 21 dos 28 respondentes desempenham a função de vendedores ambulantes nos eventos promovidos na cidade de Corumbá por considerarem a atividade como uma fonte de angariar melhores rendimentos financeiros e assim incrementarem a renda de suas famílias. Sendo que apenas, 14,29% alegaram que seu fator motivador foi à falta de qualificação diante das exigências atuais do mercado de trabalho e 10,71% mencionaram a identificação com a atividade informal. Destaca-se ainda que com relação ao tempo de experiência no segmento tanto no gênero feminino como no masculino ressaltam que atuam como vendedores ambulantes de 2 a 30 anos.

### 5.3 TEG dos Vendedores Ambulantes Analisados

Este item busca analisar a tendência empreendedora geral (TEG) dos vendedores ambulantes do município de Corumbá (MS) a partir do modelo proposto por Caird (1991), objetivo este que norteia o presente estudo. A seguir, a Tabela 3 apresenta as médias obtidas e as médias esperadas a partir da percepção dos 28 vendedores ambulantes analisados.

**Tabela 3 – Resultados obtidos a partir da aplicação da TEG**

Dimensões	Teste de médias (value) (Spreadsheet6)							
	Média Obtida	DP*		Std.Err.	Média esperada	t-value	f*	p*
Necessidade de Sucesso	7,21429	1,988060	8	0,375708	9,92000	7,2016	7	0,000000
Necessidade de Autonomia/independência	3,32143	0,944911	8	0,178571	4,14000	4,5840	7	0,000093
Tendência criativa	6,39286	1,448864	8	0,273810	8,77000	8,6817	7	0,000000
Propensão a riscos	6,32143	1,678923	8	0,317287	8,75000	7,6542	7	0,000000
Impulso/Determinação	6,85714	1,799471	8	0,340068	9,51000	7,8010	7	0,000000
<b>Tendência Empreendedora</b>	<b>30,10714</b>	<b>4,021602</b>	<b>8</b>	<b>0,760011</b>	<b>41,04000</b>	<b>-14,3851</b>	<b>7</b>	<b>0,000000</b>

df\* = grau de liberdade

p\* = significância

DP\* = Desvio padrão

Fonte: dados da pesquisa.

De acordo com a Tabela 3, na dimensão “Necessidade de Sucesso”, os vendedores ambulantes alcançaram a média de 7,21, com um desvio padrão de 1,98,

sendo que a média esperada é de 9,92, ou seja, resultou em uma diferença de 2,71 pontos quando analisada em relação ao valor esperado. Na dimensão “**Necessidade de Autonomia/Independência**” a média alcançada foi de 3,32, com desvio padrão de 0,94, sendo a média esperada de 4,14. Resultam numa diferença 0,82 pontos quando comparado ao valor esperado. Em relação à dimensão “**Tendência Criativa**” obteve-se uma média de 6,39, com desvio padrão de 1,44, sendo que a média esperada de acordo com Caird (1991) corresponde a 8,77, o que resulta numa diferença de 2,38 pontos, em relação ao valor esperado. Quanto à dimensão “**Propensão a Riscos**” aferiu-se uma média de 6,32, com o desvio padrão de 1,67, sendo a média esperada de 8,75. Esta corresponde a uma diferença em 2,43 quando comparada ao valor esperado. Em relação à dimensão “**Impulso/Determinação**” resultou em uma média de 6,85, com o desvio padrão de 1,79, sendo que a média esperada de 9,51. Estes valores revelam uma diferença de 2,66 pontos em relação ao valor esperado.

E, por fim, com relação à média obtida de 30,10 pontos da “**Tendência Empreendedora Geral (TEG)**” obtida nesta pesquisa e a média esperada de 41,04 ocasionando numa diferença de 10,94 pontos quando comparada com os valores esperados no modelo proposto por Caird (1991). De acordo com a metodologia TEG, se os respondentes obtiverem resultados na média ou acima em apenas uma das dimensões do teste, o nível de empreendedorismo é considerado muito baixo (CAIRD, 1988). Os vendedores ambulantes participantes da pesquisa, não alcançaram a média esperada em nenhuma das cinco características comumente encontradas em indivíduos com perfil empreendedor. Dessa forma, acredita-se que a TEG dos respondentes ficou a quem do resultado esperado, este fato nos leva a análise de que estes ambulantes podem ter iniciado seus empreendimentos, não pela visualização de uma oportunidade de negócio, mas pela necessidade de garantir o sustento, ou complementar a renda de suas famílias.

### 5.3 TEG dos Vendedores Ambulantes Analisados

Na sequência, a Tabela 4 evidencia a comparação dos achados desta pesquisa junto aos vendedores ambulantes de Corumbá (MS) com os estudos empíricos anteriores que utilizaram o modelo de Caird (1991).

**Tabela 4 – Comparação dos achados da pesquisa com os estudos anteriores que utilizaram o modelo de Caird(1991)**

Dimensões	Média Esperada por Caird (1991)	Média Obtida	Ferreira e Aranha (2008)	Araújo e Dantas (2009)	Vedoin e Garcia (2010)	Carreiro et al. (2010)	Leal et. al (2011)	Simão (2012)
Necessidade de Sucesso	9,92	7,21	7,90	7,84	7,62	7,80	9,00	8,7
Necessidade de Autonomia/in dependência	4,14	3,32	3,60	3,31	3,06	2,88	3,70	3,6
Tendência criativa	8,77	6,39	7,10	6,49	6,75	6,07	7,00	7,0
Propensão a riscos	8,75	6,32	7,80	7,13	6,35	6,84	7,20	6,7
Impulso/Deter	9,51	6,85	9,10	8,64	8,85	8,46		

miniação							9,40	8,6
----------	--	--	--	--	--	--	------	-----

Fonte: dados da pesquisa.

Na Tabela 4 apresentam-se os estudos anteriores que utilizaram o modelo de Caird (1991) em contextos educacionais e os comparamos com os resultados desta pesquisa, além de os comparamos com a média esperada por Caird (1991). Cabe mencionar que os estudos de Carreiro et al. (2010), Vedoin e Garcia (2010) não apresentaram resultados absolutos por dimensão e precisamos somar e fazer novas médias para chegar aos resultados consolidados expostos na Tabela 4.

Os achados desta pesquisa coadunam com os achados de Ferreira e Aranha (2008) que analisaram os graduandos do curso de Engenharia de Produção Mecânica da Universidade Federal de Itajubá, Araújo e Dantas (2009) realizaram a pesquisa com graduandos do curso de Engenharia da Universidade Federal de Campina Grande na Paraíba, Vedoin e Garcia (2010) pesquisaram os graduandos do curso de Arquivologia da Universidade Federal de Santa Maria, Carreiro et al. (2010) analisaram os graduandos dos cursos de Educação Física e Fisioterapia Física das Faculdades Unidas do Norte de Minas Gerais e Leal et al. (2011) pesquisaram os docentes de uma instituição de ensino superior da Paraíba, Simão (2012), pesquisou os alunos concluintes de uma instituição de ensino superior privada e uma vez que em nenhuma das pesquisas analisadas ultrapassou a média esperada estipulada pelas dimensões do modelo de Caird (1991).

Diante dos resultados encontrados em relação à análise da TEG dos 28 vendedores ambulantes de Corumbá (MS) analisados é possível formular as seguintes hipóteses:  $H_1$ : A amostra dos vendedores ambulantes de Corumbá (MS) não possui tendência empreendedora geral na dimensão relacionada à necessidade de sucesso;  $H_2$ : A amostra dos vendedores ambulantes de Corumbá (MS) não possui tendência empreendedora geral na dimensão relacionada à necessidade de autonomia / independência;  $H_3$ : A amostra dos vendedores ambulantes de Corumbá (MS) não possui tendência empreendedora geral na dimensão relacionada à tendência criativa;  $H_4$ : A amostra dos vendedores ambulantes de Corumbá (MS) não possui tendência empreendedora geral na dimensão relacionada à propensão a riscos; e  $H_5$ : A amostra dos vendedores ambulantes de Corumbá (MS) não possui tendência empreendedora geral na dimensão relacionada à impulso/determinação.

## 6 Considerações Finais

A questão de pesquisa levantada no estudo foi respondida: O vendedor ambulante que trabalha em eventos em Corumbá apresenta tendência empreendedora geral. Porém, considerada baixa, ou seja, a média esperada não se revelou em nenhuma das cinco características comumente encontradas em indivíduos com perfil empreendedor.

Da mesma forma, os objetivos de pesquisa foram alcançados, conforme se conclui, em sequência. Dentre as características dos ambulantes o gênero predominante entre os entrevistados foi o feminino, com baixo grau de escolaridade, com idades entre 24 e 70 anos, o que mostra que existem várias gerações de mulheres trabalhando como vendedor ambulante. O baixo grau de escolaridade representa um impeditivo para que essas pessoas percebam que o turismo de eventos na cidade é uma grande oportunidade de negócios, seja na área da gastronomia ou de artesanatos, bem como outras formas de

empreendimentos ligadas a infraestrutura dos próprios eventos. Tal afirmação se comprova quando se verifica as respostas dadas à pergunta aberta sobre o que o levou a optar pela atividade informal de vendedor ambulante, e que deixou mais uma vez evidente a falta de qualificação diante das novas exigências de mercado.

O resultado do teste TEG evidenciou que os vendedores ambulantes não apresentam tendências empreendedoras, verdadeiramente. Buscaram esta atividade em eventos turísticos por necessidade. Este resultado vem endossar o que evidenciam os resultados do GEM, ao longo do tempo, e em 2012 (GEM, 2012).

As comparações com os estudos nacionais anteriores mostraram que os resultados da presente pesquisa se assemelham aos de Ferreira e Aranha (2008); Araújo e Dantas (2009); Vedoin e Garcia (2010); Carreiro et al. (2010); Leal et al. (2011) e Simão (2012), mesmo que os mesmos tenham sido realizados em contextos diferenciados. Em nenhuma das pesquisas nacionais analisadas a média ultrapassou a média esperada e estipulada pelas dimensões do modelo de Caird (1991). Esta comparação indica que os brasileiros pesquisados nos estudos que adotam o modelo da TEG, proposto por Caird (1988), não apresentam, totalmente, as dimensões sugeridas pela autora.

Quanto à metodologia adotada para a pesquisa esta se mostrou adequada. Cabe destacar que o número de respondentes, mesmo tendo sido reduzido, e foi representativo, oportunizando a medida quantitativa. Da mesma forma a análise dos dados se mostraram pertinentes e representativos para o que se objetivou com este estudo.

Considerando ser este um estudo inicial, que faz parte de um projeto maior que se encontra em desenvolvimento, sua continuidade deve ser assegurada no sentido de proporcionar sua ampliação e aprofundamento. Cabe ressaltar que estes resultados iniciais, entretanto, já se mostraram positivos no sentido de conhecer as características deste tipo de indivíduo que empreende de maneira informal, e por necessidade, ao que tudo indica. Estes resultados interessaram, desde logo, ao poder público local. Este se mostrou interessado em realizar, por meio da Secretaria de Educação, propostas para que estes ambulantes possam dar continuidade aos seus estudos. Da mesma forma, há interesse ainda em oferecer cursos mais amplos para qualificação, em geral, e voltados para a educação empreendedora. Para tanto, este poder público cogita em realizar, em parceria com as Instituições de Ensino Superior da região, bem como com o Serviço Brasileiro de Apoio a Pequena Empresa (SEBRAE), e a Associação Comercial e Empresarial de Corumbá (ACIC), dentre outras Instituições, a capacitação deste público ambulante, que na informalidade, participa de eventos do município de Corumbá, MS. Da mesma forma o poder público local, de posse destes resultados iniciais pretende ainda desenvolver campanhas de conscientização sobre a importância da formalização dos negócios, buscando retirar os ambulantes da clandestinidade, e direcionadas para estes pequenos empreendimentos, devem ser deflagradas pelo poder público local.

A pesquisa aqui relatada evidenciou, por meio de seus resultados, as características e, de certa forma, a importância que estes vendedores ambulantes representam para a sociedade local, e como podem contribuir para as formas de crescimento e de desenvolvimento do município de Corumbá.

Finalizando se pode concluir que pesquisas com este potencial devem ser protagonizadas nos municípios cuja vocação e características se voltam para a atividade

do turismo. No caso em estudo – Corumbá (MS), uma das vantagens é ter um grande aliado que é o PANTANAL.

Recomendam-se novos estudos e pesquisas orientados para uma nova vertente de estudos que se aflora no meio acadêmico e que é o empreendedorismo social, como aliados ao desenvolvimento local. Outros estudos podem emergir a partir destes resultados, dentre eles os voltados para a educação empreendedora.

### **Referências**

- ARAÚJO, A. C. C.; DANTAS, T. F. Tendência empreendedora dos estudantes de engenharia da UFCG através do Modelo de Durham. **Qualit@as**, v. 8, n.2, p.1-10. 2009.
- CAIRD, S. **A review of measuring enterprise attributes**. DUBS, August, 1988. [General measure of EnterprisingTendency v2 - GET2](#). In Worldwide Interest in GET, 2008. Disponível em: < <http://www.get2test.net/test/index.htm>>. Acesso em: 01 maio 2013.
- \_\_\_\_\_. Enterprise competencies: an agenda for research. **Journal of European Industrial Training**, 14, n.7, p. 3–8, 1990b.
- \_\_\_\_\_. Testing enterprising tendency of occupational groups. **British Journal of Management**, v. 2, p. 177-186. 1991.
- CARREIRO, D. L.; COUTINHO, L. T. M.; MELO JÚNIOR, R. F. C.; COUTINHO, W. L. M. Comparação da tendência empreendedora entre acadêmicos de educação física e fisioterapia. **EFDesportes.com**, v.15, n. 148, p.1-15, set. 2010.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- FERREIRA, R. C.; ARANHA, E. A. **Análise do perfil empreendedor de graduados em Engenharia de Produção Mecânica**. Universidade Federal de Itajubá. MG: UNIFEII, 2008.
- FERREIRA, J. M.; GIMENEZ, F. A. P.; RAMOS, S. C. Potencial empreendedor e liderança criativa: um estudo com varejistas de materiais de construção da cidade de Curitiba/PR. **Revista de Administra da UNIMEP**, v.3, n.3, p.45, set./dez. 2005.
- FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**, v. 31, n. 3, p. 63-71, jul.-set.1991.
- \_\_\_\_\_. **Um roteiro para desenvolver o empreendedorismo**. Cadeira de empreendedorismo Rogers-J.A.Bombardier HEC Montréal, 1992. Disponível em: <[http://www.oei.es/etp/roteiro\\_desenvolver\\_empreendedorismo\\_filion.pdf](http://www.oei.es/etp/roteiro_desenvolver_empreendedorismo_filion.pdf)>. Acesso em: 02 maio 2013
- \_\_\_\_\_. **From entrepreneurship to entreprenology**. HEC, The University of Montreal Business School, Paper presented at the 42nd ICBS World Conference, June 21-24, San Francisco, California, 1997. Disponível em: <[http://web.hec.ca/creationentreprise/CERB\\_Backup-12-mai-2008/pdf/1997-05EPIEntreprenology.pdf](http://web.hec.ca/creationentreprise/CERB_Backup-12-mai-2008/pdf/1997-05EPIEntreprenology.pdf)> Acesso em: 01 maio 2013.
- \_\_\_\_\_. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração da USP**, v. 34, n. 2, abr./jun. 1999.

- GEM – Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2012. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/168391879/Gem-2012>>. Acesso em 5 out. 2013.
- GIBB, A. A., 1998, Entrepreneurial core capacities, competitiveness and management development in the 21st century, Keynote speech at the Internationalizing Entrepreneurship Education and Training 8th annual conference, July 26-28th, European Business School, Oestrich-Winkel, Germany.
- GOMES, A.J.; FREITAS, A.A.F.; CAPELO JÚNIOR, E. O retrato do empreendedor informal. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 35, Porto Alegre, RS, Brasil, 2005. Disponível em: <[http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2005\\_enegep0707\\_0317.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2005_enegep0707_0317.pdf)>. Acesso em: 08 out. 2013.
- GUIMARÃES, L. O.; SIQUEIRA, M. M. Novos desafios do empreendedorismo. **Revista Administração e Diálogo**, v.9, n.1, 2007, p.144-156.
- KISFALVI, V. The entrepreneur's character, life issues, and strategy making: a field study. **Journal of Business Venturing**, n. 17, p. 489-518, 2002.
- LEAL, A. D. C.; NEPOMUCENO, C. C.; OLIVEIRA, J. G.; LIRA, W. S.; RAMALHO, T. C. S. Diagnóstico da tendência empreendedora do corpo docente de uma instituição pública de ensino superior. In: SIMPOSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 8, 2011. **Anais...** Rio de Janeiro: ABREPO, 2011.
- LITTUNEN, H. Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, v.6, n.6, p.295-307, 2002.
- LUMPKIN, G. T.; DESS, G. G. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. **The Academy of Management Review**, v. 21, n. 1, p. 135-172, Jan. 1996.
- NOVO NEGÓCIO. **Como montar um comércio ambulante**. Disponível em: <<http://www.novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/como-montar-um-comercio-ambulante/>>. Acesso em: 18 ago. 2013.
- OLIVEIRA, S.T; JANUÁRIO, M.V.C. Os eventos como potencializadores do turismo regional: o festival de inverno da Bahia. **Cultur – Revista de Cultura e Turismo**, v.1.n.1, out. 2007. Disponível em: <<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/edicao1/artigo5.pdf>>. Acesso em: 08 out.2013.
- PELOGGIA, L. R. **Perfil empreendedor do engenheiro na produção industrial: o caso de duas empresas aeronáuticas no Brasil, 2001**. 89f. Monografia (MBA em Gerência de Produção e Tecnologia) - Universidade de Taubaté, São Paulo, 2001.
- RUSSO, R. F. S. M.; SBRAGIA, R. Tendência empreendedora do gerente: uma análise de sua relevância para o sucesso de projetos inovadores. **Gestão & Produção**, v. 14, n. 3, p.581-593, set.-de. 2007.
- SAVALLI, E. C. A. C. CAVIGNAC, J. A. Os ambulantes no carnaval: oportunidades de trabalho ou lazer? **Revista Eletrônica Inter-Legere**, n.3, jul/dez 2008. Disponível em <http://cchla.ufrn.br/interlegere/revista/pdf/3/dt01.pdf>. Acesso em: 14 fev. 2013.
- SIMÃO, B. E. A. Perfil empreendedor dos alunos concluintes do curso de administração de uma instituição de ensino superior privada: contribuições para o aprimoramento do projeto pedagógico de curso. 2012, 149f. :il. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade do Oeste Paulista – UNIOESTE, Presidente Prudente, Sp. 2012. Disponível em:

[http://apeclx.unoeste.br/tede/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=335](http://apeclx.unoeste.br/tede/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=335). Acesso em: 08 out.2013.

SOUZA, E. C. L.; FRACASSO, E. M.; LOPEZ JÚNIOR, G. S. Empreendedorismo e atitude empreendedora: conceitos e construção de escalas. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 5. 2008. **Anais...** São Paulo: Mackenzie, 2008.

TENAN, I. P. S. **Eventos**. São Paulo: Eleph, 2002.

VEDOIN, A. M. R.; GARCIA, O. M. C. Tendência empreendedora: perfil dos alunos do Curso de Arquivologia da Universidade Federal de Santa Maria. In: SEMINÁRIO DE ADMINISTRAÇÃO, 13., 2010, São Paulo. **Anais...** São Paulo: USP, 2010.