

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**O SETOR INFORMAL : A CONCORRÊNCIA E A FORMAÇÃO DE PREÇOS
DOS CAMELÔS DE FLORIANÓPOLIS**

**Monografia submetida ao Departamento de Ciências Econômicas para Obtenção de
carga horária na disciplina CNM 5420 - Monografia**

Por : Hilário Noldin Filho

ORIENTADOR : Prof. Carmen Rosário Ortiz Gutierrez Gelinski

Ass.:



Área de Concentração : Microeconomia

Palavras Chaves: Setor informal, concorrência e formação de preço

Florianópolis, novembro de 1995

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

A Banca Examinadora resolveu atribuir a nota _____ ao aluno Hilário Noldin Filho na disciplina CNM 5420 - Monografia, pela apresentação deste trabalho.

Prof.a. Carmen Rosário Ortiz Gutierrez Gelinski
Presidente

Prof.
Membro

Prof.
Membro

A Deus por iluminar meus caminhos, a Adalgiza e Lucas pelo amor e compreensão pelas horas que não podemos passar juntos, a João Alberto Brasil pela alegria e amizade, a meus pais por me ensinarem a ser Homem, em memória de Itanair Rosa Brasil que foi minha luz e, a todos que de uma maneira ou outra contribuíram para a minha caminhada, meus objetivos e para a conclusão deste trabalho.

RESUMO

Atualmente tem-se que crescimento das atividades informais deve-se a fatores que vão desde o aumento das migrações, como por exemplo a sazonalidade da produção rural, resgata o fator do excedente da mão-de-obra sem ocupação na atividade formal, as diferenças salariais e de emprego até o excesso de intervenção governamental.

No caso do Brasil muitos indivíduos deslocam-se para estes tipos de atividades seja como opção por não encontrar emprego no informal devido a sua desqualificação, ou seja para ajudar a complementar a sua renda familiar corroída pela crise.

Assim este trabalho teve como intuito verificar como os camelôs do camelódromo de Florianópolis concorrem e formam o preço de suas mercadorias com relação aos seus concorrentes.

SUMÁRIO

CAPÍTULO I

1. O PROBLEMA.....	7
1.1 Introdução	7
1.2. Formulação da Situação-Problema	8
1.3. Objetivos	12
1.3.1. Geral	12
1.3.2. Específicos	12
1.4. Metodologia	12
1.5. Organização do Trabalho	13

CAPÍTULO II

2. O SETOR INFORMAL.....	14
2.1. Origem do setor informal.....	16
2.2. Definições operacionais acerca do setor informal.....	20
2.3. A legalidade e a ilegalidade no setor informal.....	22
2.4. Diferentes enfoques dados ao setor informal.....	25

CAPÍTULO III

3. ESTRUTURAS DE MERCADO.....	28
3.1. O mercado.....	28
3.2. Concorrência Perfeita	29
3.3. Concorrência Monopolística	30
3.4. Oligopólio	32
3.5. Monopólio	34

CAPÍTULO IV

4. OS CAMELÔS DE FLORIANÓPOLIS.....	39
4.1. A concorrência no setor.....	39
4.2. A formação de preço.....	45

CAPÍTULO V

5.CONCLUSÕES.....52

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....54

CAPÍTULO I

1. O PROBLEMA

1.1. Introdução

Esta monografia tem como objetivo analisar os condicionantes que influenciam a formação de preços e a concorrência nos camelôs de Florianópolis, bem como verificar qual tipo de estrutura de mercado estes atuam.

Tem-se observado que no comércio de Florianópolis há um número cada vez maior de pessoas no setor informal, em particular como camelôs. Isto é devido, talvez, “a problemas que a capital enfrenta com os bolsões de pobreza e a conseqüente marginalização da mão-de-obra” (Volpato,1995). Devido a esse crescimento locais específicos tem sido criados, como por exemplo o camelódromo situado à rua Francisco Tolentino, onde os camelôs efetuam a comercialização de seus produtos.

Além dos “bolsões de pobreza” que deslocam pessoas para o setor informal, existem indivíduos que optam pelo setor informal. Esta opção se deve ao fato de o indivíduo considerar reduzidas as suas chances com relação ao mercado formal, devido às suas qualificações profissionais que por muitas vezes são insuficientes ou inexistem para satisfazer as condições do mercado. Leva-se em em consideração que os indivíduos tem valores pertinentes à vida de trabalho que orientam suas escolhas e suas decisões no mercado de trabalho (Elster, 1988;1989;1991, apud Vasconcelos,1994).

Neste trabalho a questão da informalidade enfocará a mameira como se procede a concorrência no setor e a formação do preço das mercadorias frente ao comércio formal local, levando-se em conta como esta informalidade se comporta “com relação à dinâmica do setor moderno ou capitalista da economia”. (Vasconcelos, 1994, p.7)

1.2. Formulação da Situação-Problema

O surgimento da economia informal, principalmente em países subdesenvolvidos, está relacionado a crises de desemprego e recessão econômica que seus países passam ou passaram, onde estas crises, através de uma exclusão social e/ou econômica, se manifestaram mais intensamente nas camadas menos beneficiadas do sistema econômico.

De um modo geral, considera-se o mercado informal um segmento de fácil acesso em decorrência dele absorver o excedente de mão-de-obra que não foi utilizado no mercado formal. Devido à sua “marginalidade” com relação ao mercado formal e à pouca necessidade de especialização, a entrada nos setores informais se dá de maneira mais rápida, já que as restrições à entrada são pequenas. O mercado informal seria, segundo Kowarick (1985, apud Tokman,1987) , a ocupação e o formal o emprego, isto no que se refere a ter um emprego para usufruir dos direitos que só são reconhecidos perante a formalização, tais como aposentadoria, plano de saúde, etc., mesmo que não sejam satisfatórios e a ocupação preencheria a parcela complementar de renda que falta ao trabalhador para satisfazer as suas necessidades básicas que a renda do emprego não consegue satisfazer.

Devido a este problema de emprego e renda, a OIT (Organização Internacional do Trabalho), criou um programa que tinha como meta analisar, em países em desenvolvimento e subdesenvolvidos, a evolução do emprego e da renda.

Com base no programa da OIT (Organização Internacional do Trabalho), de análise do emprego e renda em diversos países, algumas correntes caracterizam o setor formal, classificando o emprego e a renda dentro deste contexto, como um setor onde os trabalhos são organizados juridicamente e onde “as unidades domésticas oferecem mão-de-obra ao sistema formal de produção e recebem em troca remuneração em moeda-salário, sendo que a qualificação desses fluxos encontram-se na base da contabilidade nacional” (Rezende, 1980, p.111, apud Volpato, 1995) e, o que se encontra fora destes parâmetros seria caracterizado como setor informal, que seria a grosso modo as atividades não organizadas juridicamente.

“Por um lado, significa não organizada em termos capitalistas em que se distingue a propriedade do trabalho e do capital e onde o salário não é a forma usual de remuneração do trabalho. Por outro lado, significa não organizada juridicamente no sentido de que inclui as empresas que, preenchendo a condição de serem capitalistas no sentido que se acaba de mencionar, por serem demasiadamente pequenas, não cumprem todas as obrigações referentes a legislação social, as leis do salário mínimo, etc.” (Souza, 1980 p.135, apud Volpato 1995).

A ressalva a ser feita à questão da “não organização jurídica” é que deve-se levar em conta a falta de políticas de apoio, tanto de ordem econômica como social, à classe que trabalha de maneira informal e que não encontra interesse em se formalizar devido ao fato de que a formalização de seu trabalho não traria nenhum benefício a ele e sua família em face dos altos custos dos impostos e da excessiva burocracia. Esta falta de interesse em se formalizar cria uma economia paralela a economia formal.

Para Carneiro (1990), o uso do termo economia informal se deve ao fato de que as políticas de emprego e renda não atingirem todas as camadas da sociedade por igual, ou seja, as camadas menos favorecidas levaram algum tempo para serem atingidas por estas políticas de emprego e renda. Deste modo os trabalhadores desta camada menos favorecida vivem em condições precárias, desfavoráveis, efetuando atividades simples e de pequena escala.

Segundo Souza (1980), há um processo dinâmico da produção capitalista, onde, se criam ou recriam espaços econômicos para novos agentes. Nesse processo de criar e recriar novos espaços há um deslocamento de indivíduos do setor formal para o setor informal, a fim de preencherem estes espaços criados. Assim, o setor informal está subordinado ao movimento do núcleo capitalista. Tem-se que neste ponto a produção informal, depende da formal, ou seja, preenche os espaços que não foram ocupados pela formal.

Seria no trabalho informal que o excedente de mão-de-obra encontraria formas de ocupação, devido ao fato de que as condições de entrada neste tipo de mercado seriam mais acessíveis. Deste modo, a baixa qualificação da mão-de-obra e a baixa remuneração salarial constituem um dos traços característicos do setor informal.

No setor informal incluem-se, ainda, as atividades dos trabalhadores por conta própria, geralmente de base familiar. Este tipo de atividade oscila de acordo com os movimentos do setor formal, produzindo muitas vezes com produtividade abaixo do formal.

Segundo Cavalcanti (1987), as definições dadas pelo setor formal em economia ao setor informal ultrapassam as fronteiras de simples divisão, esfera ou departamento da economia, para configurar um espaço, um domínio de atividades que não pode ser visto com as mesmas lentes de observação do universo formal.

Independente do universo que caracteriza tanto o setor informal como o formal, a relação existente entre vendedores e compradores, nestes setores, irá determinar em que estrutura de mercado estes se inserem.

A respeito das estruturas de mercado o monopólio caracteriza-se pela existência de apenas uma empresa, pela falta de produtos capazes de substituir o ofertado, pela inexistência de competidores imediatos e pelo grande poder de influência sobre os preços. Numa estrutura do tipo oligopolística há um pequeno grupo de empresas dominando o mercado, as indústrias podem produzir bens e serviços diferenciados ou padronizados, o controle de preços é amplo e a concorrência extra-preço é vital. Já na concorrência monopolística existe grande número de empresas, uma acentuada diferenciação dos produtos, o que permite distinguí-los dos demais e criar um mercado próprio e de relativa facilidade de ingresso de novas empresas se estas tiverem capacidade de criar um produto diferenciado. Por último, uma estrutura de mercado, para ser caracterizada como uma concorrência perfeita deve preencher algumas condições básicas como: alto número de vendedores e compradores atuando independentemente, onde um não tem poder de influência sobre o outro a fim de modificar os padrões de oferta e procura; os produtos devem ser homogêneos, ou seja, o produto do ofertante X deve ser o mesmo do ofertante Y; e inexistência de barreiras ao ingresso de outros ofertantes. Assim, a diferença da concorrência perfeita com a monopolística é, como já frisado, que nesta última há uma acentuada diferenciação dos produtos, ou seja, o bem ou serviço de cada empresa apresenta particularidades que o distinguem dos demais e criam um mercado próprio para ele, enquanto que na concorrência perfeita os produtos são homogêneos ou substitutos e o ofertante não tem poder suficiente para criar um mercado específico para este.

Na concorrência perfeita, devido às condições já apresentadas, o ofertante subordina-se, para formar o preço, à relação entre compradores e vendedores que atuam independentemente e sem poderes individuais. Como o ofertante está subordinado ao mercado, com relação ao preço, devido à pequena fatia que possui do mesmo e à quantidade de concorrentes ser elevada, é inútil que este tente vender seus produtos a preços superiores aos praticados pelos demais, sob pena de não vender nada. Em contrapartida, não há necessidade de reduzir o preço a nível mais baixo que o praticado, já que os demais vendedores mantêm uma certa estabilidade e “acordos”. Contudo, tal redução pode ser feita desde que isto não lhe cause prejuízo. Assim, devido ao tipo de mercado, este pode vender a quantidade que puder, desde que dentro dos preços praticados.

A respeito da relação do mercado com os consumidores, quanto ao preço de venda, o ofertante tem que levar em consideração alguns aspectos, como o de que os preços são um obstáculo para o consumidor, quer dizer, quanto mais alto o preço de determinado produto menor será o consumo e quanto mais baixo, maior será o consumo; outra característica seria o “efeito substituição”, ou seja, quando o preço de um determinado produto aumenta, os consumidores tendem a procurar outro que produza o mesmo resultado por um preço menor; e, por último, “quando um consumidor possui apenas uma unidade de um produto qualquer é certamente elevado o correspondente grau de utilidade, mas quanto mais unidades deste produto, a utilidade de cada unidade adicional decresce”(Rossetti,1990).

Neste tipo de estrutura de mercado, o ofertante tentará obter um lucro máximo no curto prazo, mas dentro das limitações (grande número de vendedores, inexistência de barreiras à entrada, etc) que o mercado concorrencial lhe impõe.

Deste modo se tentará analisar: Como se dá a concorrência entre os camelôs e destes com o comércio formal e, em decorrência disto, como se formam os preços no comércio de camelôs em Florianópolis.

1.3. Objetivos

1.3.1. Geral

Analisar os elementos que influenciam/determinam a formação de preços a concorrência dos camelôs, mais especificamente dos que se encontram no camelódromo de Florianópolis à rua Francisco Tolentino.

1.3.2. Específicos

- Caracterizar como o setor informal diferencia-se do setor formal
- Verificar a relação de autonomia ou subordinação do setor informal com o setor formal.
- Mostrar o comportamento, na literatura econômica, de cada estrutura de mercado, com relação as mercadorias que estes comercializam.
- Analisar a influência que a concorrência tem na formação de preço do comércio instalado no camelódromo de Florianópolis.

1.4. Metodologia

Para atingir os três primeiros objetivos específicos foi feita uma revisão bibliográfica com o intuito de verificar como se procede a formação de preços nas estruturas de mercado existentes bem como a relação entre os setores informal e formal, ou seja, como os dois funcionam dentro da economia, seus papéis, funções, autonomia e subordinação.

O último objetivo foi atingido através de uma pesquisa de campo¹ feita por amostragem junto ao camelódromo da cidade de Florianópolis, localizado à rua Francisco

¹ O objetivo inicial era de realizar uma pesquisa de campo por mostragem junto aos camelôs com o intuito de colher as informações que seriam necessárias ao trabalho. Contudo, a aplicação de um questionário foi inviável pela rejeição ao mesmo por parte dos camelôs, isso por motivos particulares ou porque o dono não se encontrava ou ainda por não acreditar para que iria servir tal questionário. Uma outra tentativa de abordagem

Tolentino, onde, por intermédio de entrevistas informais realizadas, em agosto de 1995, se tentou verificar como se procede entre eles e os mercados com os quais se relacionam, a concorrência e a formação de preços.

1.5. Organização do Trabalho

O presente trabalho está dividido em capítulos que visa esclarecer, genericamente, como funciona o setor informal e dentro deste enfoque como se comportam os camelôs de Florianópolis à Rua Francisco Tolentino.

O primeiro capítulo mostra uma pequena introdução ao problema, concorrência e formação de preços dos camelôs, mostrando, através da metodologia de entrevistas como os objetivos serão atingidos.

No segundo capítulo tratar-se-á o setor informal de uma maneira geral, ou seja, as suas origens, definições operacionais, a legalidade e a ilegalidade, bem como os diferentes enfoques dado ao setor. Estas características reunidas possibilitarão dar uma idéia de como o setor comporta-se no contexto social, econômico e político.

Já no terceiro capítulo enfatizar-se-á as estruturas de mercado, concorrência perfeita, concorrência monopolística, oligopólio e monopólio, ao qual darão sustentação para tentar situar dentro de alguma destas o setor informal de camelôs.

O quarto capítulo tratará sobre a concorrência e a formação de preço no setor informal de camelôs mostrando como estes comportam-se diante das diversas formas de concorrência e concorrentes e como estes influenciam a formação de preços e a concorrência entre eles, com o comércio formal e com os demais camelôs.

Finalmente, no quinto capítulo serão resgatadas conclusões a respeito dos objetivos previamente traçados.

foi feita sob a forma de entrevista direta que também foi rejeitada pelos mesmos motivos já apresentados. A solução para tal problema foi agir como um comprador normal de uma determinada mercadoria. Tal procedimento obteve sucesso e as informações foram colhidas sem problemas, embora alguns camelôs mantivessem alguma desconfiança. Vale a pena enfatizar que somente nas duas primeiras abordagens houve minha identificação como universitário realizando um trabalho de conclusão de curso.

CAPÍTULO II

2. O SETOR INFORMAL

Antes de tentar definir a origem do termo “informal”, é conveniente que se venha a conhecer, genericamente, o que seria o informal.

“Informal é toda e qualquer ocupação que, de alguma forma foge ao pressuposto básico de funcionamento de uma sociedade capitalista, que é a relação assalariada” (Azevedo, 1989).

Atualmente, o conceito de setor informal tem sido considerado de difícil definição, entre outras razões por ser impreciso no que se refere a grande diversidade de tipos informais de trabalho que são vistos de maneiras diferentes. Em decorrência desta diversidade, várias abordagens e teorias são apresentadas, como da OIT (Organização Internacional do Trabalho) e PREALC (Programa Regional de Emprego para a América Latina e o Caribe).

Convém destacar que o setor informal pode se chamar também de economia oculta, isto é, um conjunto de atividades invisíveis à contabilidade nacional, ou seja, do ponto de vista fiscal, são empresas e/ou trabalhadores que não pagam imposto e que mantêm uma empresa familiar, e/ou ainda as atividades do tipo contrabando, prostituição, jogo do bicho, etc.

Para iniciar a abordagem convém definir, genericamente e a grosso modo, o que é um setor formal² e as formas de definição de tal setor. O setor formal é a caracterizado pela parte do mercado de trabalho que compreende as atividades econômicas organizadas onde “as unidades domésticas oferecem mão-de-obra ao sistema formal de produção e recebem em troca remuneração em moeda-salário, sendo que a quantificação desses fluxos encontram-se na base da contabilidade nacional” (Rezende, 1980, p.111, apud , Volpato, 1995). Já, por sua vez, o setor informal compreenderia as atividades econômicas que encontram-se fora dos parâmetros expostos.

² Processo organizacional que tem origem, geralmente na exclusão social. Estas formas tentam dar resposta à crise e proporcionar uma fonte de renda ao segmento não-integrado ao mercado de trabalho.

As formas de definição, por sua vez, tentam dar resposta à crise e proporcionar uma fonte de renda ao segmento não integrado ao mercado de trabalho.

O setor informal, por sua vez, é um setor de fácil acesso e absorve um tipo de trabalho que, de um modo geral, não requer um nível de qualificação nos mesmos moldes que o do setor formal. Assim, a baixa qualificação e remuneração, como já citado, passam a constituir uma característica do setor informal.

Contudo, Carlos Lessa diz que, quando se classifica tanto a evasão fiscal da empresa sonegadora como também as diversas estratégias de sobrevivência não legalizadas, onde são representadas na sua grande maioria pela parte pobre da população, está adicionando-se “magnitudes heterogêneas”, que contribuem para reduzir a capacidade financiadora do governo.

Souza (1980, apud Vasconcellos, 1994) “atribui um papel relevante ao setor informal como setor produtivo onde está ocupado o excedente de mão-de-obra não absorvido pelo setor formal. No informal essa mão-de-obra ficaria em disponibilidade potencial para o núcleo capitalista”.

Para Souza, o setor informal seria dependente e condicionado pelos esforços “outorgados pelo capital”. Seria a produção capitalista, neste caso que determinaria o tamanho do espaço econômico a ser ocupado pela produção não capitalista e determinando também a dimensão ocupacional dessa produção.

Souza ainda observou que havia distintas relações de produção dentro do setor informal e que o objetivo do processo de produção não era o de maximizar a taxa de utilidade do produto. Deste modo, o objetivo do empresário informal é maximizar o ingresso total, ou seja, vender o máximo de sua mercadoria a um preço acessível e que lhe proporcione uma saída de seu material (pois este trabalha com capital reduzido ou quase zero e não mantém estoques, ou se mantém, é em caráter muito reduzido) em vez de aspirar a uma taxa de utilidade máxima do produto como a que define os termos capitalista.

Entre as definições mais usadas ao setor informal, encontram-se as de economia invisível, submersa, subproletária, negra, informal, desemprego, subemprego do exército industrial de reserva, subproletariado, economia subterrânea, economia oculta, economia

irregular, economia invisível, economia negra, setor não estruturado, setor desprotegido, setor não organizado, setor tradicional, setor clandestino, mercado informal, dentre outras.

Deste modo, ao usar tais expressões sabe-se mais ou menos do que se está falando.

2.1. Origem do setor “informal”

A origem do setor informal estaria nas diferenças salariais e de emprego e nas diferenças de desenvolvimeto, geralmente em países subdesenvolvidos, que não encontram emprego assalariado e que devido à pouca ou nenhuma qualificação profissional, recebem os trabalhadores informais um baixo nível de renda. X

“A origem do setor informal estaria na dinâmica do movimento da produção capitalista, na constante criação e recriação de espaços econômicos que passam a ser ocupados pela produção informal, ou seja, uma determinada atividade produtiva informal pode extinguir-se economicamente ou ser destruída pela ampliação do espaço de atividade de produção formal” (Cacciamalli, 1993, apud Vasconcellos, 1994).

Em contrapartida a produção formal pode ser inversa, quer dizer, esta pode ampliar o mercado específico em que atuava a produção informal destruída e, poderia haver um deslocamento dos trabalhadores informais para uma atividade formal. Nesta análise percebe-se que é no processo contínuo de destruição e recriação dos espaços econômicos que o setor informal tem a sua origem.

Na conceituação de Souza, há um processo dinâmico de produção capitalista, ou seja, de criação de espaços econômicos, e é aonde a produção informal situa-se economicamente, mas sempre de uma forma subordinada ao setor formal, quer dizer, o setor informal, para existir, depende da produção capitalista e dos espaços não ocupados por essa produção.

Para Ortiz (1992) “o termo informal receberia pela primeira vez uma análise estritamente econômica no relatório da OIT (Organização Internacional do Trabalho)

enviada ao Kenia em 1972³, no qual concebia-se a produção como dual”. Num segundo momento, a visão da informalidade para a América Latina, divulgada pelo PREALC (Programa Regional de Emprego para a América Latina e o Caribe), mostraria uma visão estratificada do mercado de trabalho e a percepção dual⁴ em menor amplitude, salientando-se as interrelações entre o setor formal e o setor informal. Por outro lado, a visão alternativa aos trabalhos da linha PREALC analisa a produção como um todo na qual, de maneira intersticial e subordinada, inserem-se no setor informal concebido a partir das formas de organização da produção em moldes não capitalistas.

Já no Brasil, Luiz Antônio Machado, em 1971, é o primeiro a utilizar a expressão mercado não-formal de trabalho. Este utiliza as expressões de mercado não-formal e mercado formal para diferenciar as formas de ocupação no mercado de trabalho urbano existentes. O mercado não-formal, ao contrário do formal abrange, segundo ele, os trabalhos sem proteção jurídica e reconhecimento social. No mercado não-formal estariam o trabalhador por conta própria e o biscateiro, tendo o primeiro uma situação melhor em termos de regularidade e estabilidade, no que se refere ao trabalho, ou seja, um trabalhador por conta própria que possui uma “firma” informal de pintura, por exemplo, tem maiores condições de adquirir clientes devido à sua especialização no ramo e garantia de alguns clientes que possa indicar do que aquele que se desloca de porta em porta perguntando se precisam dos seus préstimos.

Segundo Tokmam (1987), “o principal argumento acerca da origem do setor informal é que provém do excedente de mão-de-obra em sua maioria de indivíduos que emigraram das zonas rurais para as urbanas e que não puderam encontrar trabalho nos setores modernos”. Isto ocorria pela necessidade que estes indivíduos tinham de sobreviver,

³ A missão do Kenia representou para a OIT a culminação da sua abordagem particular sobre o problema do emprego, empreendida nas missões anteriores a Colômbia em 1970 e Sri Lanka em 1971 (Gelinski, pp 42, 1992).

⁴ O modelo dual (existência de um setor com salários protegidos e outro com salários não protegidos) baseia-se em três porpostas. (Cunha, 1979, apud Ortiz 1992): a) Uma barreira salarial imposta pela ação do Estado e/ou produto de fatores exógenos vinculados à tecnologia moderna induz à substituição de trabalho por capital; b) em função da produtividade maior do setor de salários protegidos, a mão-de-obra a ser absorvida nele tem necessariamente de possuir qualificações compatíveis com esse nível de produtividade; c) o salário mínimo determinado para o setor protegido, provoca uma brecha salarial entre o urbano e rural que alimenta um fluxo de imigração baseado na maximização da renda futura esperada.

e que para isso tinham que desempenhar qualquer atividade que lhes permitisse um assalariamento. Todos se caracterizam pela falta de capital físico e humano, dado que o capital é um requisito importante. Estes, então se aninharam no setor informal justamente dado à facilidade de entrada no setor devido à pouca ou nenhuma exigência de capital.

Nas palavras de Carneiro (1990, p.816, *apud* Volpato 1995) “procurou-se constituir uma categoria analítica que descrevesse as características das atividades geradoras de baixa renda e concentradas dos trabalhadores mais pobres do meio urbano”.

Para Cacciamalli ,

“o setor informal expressaria o outro emprego do excedente de mão-de-obra que não tem acesso aos postos de trabalho formais como resultado do padrão de desenvolvimento capitalistas onde, nos países latino americanos gera-se poucas empregos frente a necessidade corrente da produção e do crescimento demográfico. Deste modo, o setor informal ocuparia e teria sua origem nos espaços econômicos permitidos pelo capital, pois sua permanência seria condicionada pela expansão da produção capitalista. O trabalho informal só existe pelas formas precárias de auto-emprego da população existente e pela existência de espaços econômicos que não interessa ao capital ocupar”(Cacciamalli, 1983, *Apud* Vasconcellos, 1994).

“Grande parte das definições encontradas sobre a economia informal abrangem tanto as atividades ilegais, que são atividades proibidas pela lei nacional, como as não registradas, que por si só são proibidas, mas funcionam sonegando impostos e/ou encargos, e as atividades não detectadas, que não são registradas nas estatísticas contábeis nacionais”(Pio, 1989 *apud* Gelinski, 1993).

Pio definiu duas causas para o ingresso no setor informal:

“A primeira seria denominada de causa fisiológica, onde a economia informal pode ser o primeiro estágio para o desenvolvimento de uma atividade econômica. Assim, um indivíduo assalariado ou não pode dar início por conta própria a uma atividade de fornecimento ou prestação de serviços para a empresa onde ele trabalha como assalariado, ou para o mercado propriamente dito, mas mantém-se ligado à empresa até conseguir grandes contratos e poder agir independentemente. Pode-se também dar o caso de uma pessoa que se integra à força de trabalho com vendas em pequena escala ou serviços pessoais sem ter previamente regularizado sua situação. Neste caso, a questão da irregularidade é vista como uma situação temporária, própria da instalação do negócio. A outra causa seria a patológica, ou seja, livrar-se das obrigações das leis regulamentadoras, quer dizer, das obrigações fiscais, trabalhistas, e da previdência social;

utilização de mão de obra familiar; evitar burocráticos mecanismos reguladores que exigem dispêndio de tempo e recursos; desenvolvimento de um mercado chamado “paralelo” ou “negro” que evidencie de maneira mais clara o nível de escassez dos produtos. Devido a isto, tanto os produtores como os consumidores evitam a intervenção pública que distorce os preços chave, que seriam a taxa de câmbio, de juros, salário-mínimo, etc” (Pio 1989, apud Gelinski, 1993).

Nas palavras de Tanzi (1983, apud Gelinski, 1993): “numa economia de mercado em bom funcionamento, sem um setor público, não haveria atividades ocultas. O crescimento dessas atividades é incentivado pelas regulamentações da economia, pela plethora dos setores públicos e por níveis mais altos de tributação”.(Tanzi, 1983,p.20, apud Gelinski, 1993). Deste modo pode-se dizer que o excesso de intervenção governamental é também uma das causa principais para o surgimento da economia informal.

Contrário ao acima exposto, Souza afirma que,

“devido a concentração industrial nas grandes cidades junto com a diminuição no ritmo de geração de empregos no núcleo moderno, provocou a insuficiência dos setores econômicos que podiam absorver este excedente da força de trabalho, tornando-se bastante significativa a magnitude da população que buscou ocupar-se em formas de trabalhos não integrados ao sistema capitalista, uma vez que este vem sendo incapaz de gerar os empregos necessários dentro do seu próprio mercado formal de trabalho” (Souza, 1982, p.141, apud xxx).

Em decorrência da falta de trabalho no setor formal, é que este tipo de excedente de mão de obra se refugia no setor informal.

“Nos estudos da OIT (Organização Internacional do Trabalho), as atividades produtivas pertinentes ao setor informal não se restringem as da periferia da cidade e/ou a dados tipos de atividade econômica, mas se caracterizam por uma maneira de produzir tendo o setor informal, geralmente, as seguintes características: é um setor produtivo de fácil acesso, conta com recursos locais para produção, é constituído por empresas de propriedade familiar, tem pequena escala de operação, utiliza trabalho intensivo e tecnologia adaptada, os seus trabalhadores têm, geralmente, conhecimento e capacidade adquiridos fora do sistema escolar formal, atua em mercados desregulamentados e competitivos” (Vasconcellos, 1995).

Este tipo de análise está relacionado às atividades de subsistência da população pobre. Para Hart (1970, apud Ortiz, 1992) no que tange o termo subproletariado, tem-se que

este localiza o setor informal como sinônimo de situações relacionadas ao subemprego, enquanto que para a OIT (Organização Internacional do Trabalho), o setor informal se define como parte do conjunto da estrutura de produção econômica. O setor informal fica associado as unidades produtivas, à margem do setor formal, que dada as suas características impõe um baixo nível de renda a quem nele trabalha. O trabalhador informal recebe, geralmente, os menores níveis de remuneração do mercado.

Os trabalhos do PREALC (Programa Regional de Emprego para a América Latina e o Caribe), ao analisar a visão do setor informal como integrado a economia como um todo, derrubam a percepção de entendê-lo como um segmento autônomo, onde a produção e comercialização de bens e serviços seria destinada às camadas de baixa renda, o que denotava a ineficiência econômica do setor.

“Há, portanto, algumas falhas no trabalho do PREALC (Programa Regional de Emprego para a América Latina e o Caribe). A primeira é que é falacioso pensar que o setor informal fosse um segmento homogêneo. Na realidade este conceito incluem-se toda a variedade de pessoas e atividades muito diferentes em termos de poder de mercado e grau de complexidade. O segundo é que o termo informal obscurece as análises das interações entre o segmento informal e o resto da economia urbana. Por último, as análises limitam-se a um enfoque estático e não dinâmico das atividades informais, ou seja, trata-se mais de pesquisas do tipo descritivo num determinado momento, e não da sua evolução através do tempo nem da sua dinâmica de funcionamento e possibilidades de crescimento próprias” (Ortiz, 1992).

2.2. Definições operacionais acerca do setor informal

“Para o PREALC (Programa Regional de Emprego para a América Latina e o Caribe), o setor informal é identificado a partir de pessoas engajadas em determinadas ocupações, serviço doméstico, biscateiros, trabalhadores por conta própria, etc., ou pelas empresas que não ultrapassem o número de 5 ou 6 empregados”(Ortiz, 1992). Um limite de salário-mínimo também pode ser definido para identificar as pessoas que trabalham no setor informal, e quem estivesse abaixo desse salário-mínimo estaria incluído como informal.

Outra característica básica, do setor informal, definida pelo PREALC, seria a facilidade de entrada de novos produtores e/ou vendedores no setor devido a inexistência de barreiras à entrada nesse setor.

A facilidade de entrada está condicionada tanto por fatores tecnológicos como pela estrutura de mercado. Deste modo haveria, no setor formal, um predomínio absoluto de atividades como capitalistas e estruturas de mercado que teriam por base as pequenas unidades ditas produtivas, os baixos níveis tecnológicos e escassa ou nula organização formal, onde se constituiriam em formas de entrada no mercado para os migrantes e os pobres urbanos e os excluídos socialmente do sistema formal.

A respeito da organização das atividades produtivas, no setor informal não predominaria a divisão entre propriedade do capital e da força de trabalho, ou seja, o salário não seria a forma mais usual de remunerar a mão-de-obra.

Deste modo, o emprego no setor formal, mesmo com salários baixos, condições de trabalho precárias e assistência médica insatisfatória, é ainda a única saída “correta” no sistema econômico, pois vivemos sob o domínio do sistema capitalista, entenda-se setor formal, onde se pressupõe as relações assalariadas em que, através delas, a distribuição da riqueza é a alternativa oferecida ao trabalhador, que deve lutar pela sua inserção nesse sistema e pela melhoria de suas condições de trabalho e salários.

Todavia, entende-se por trabalhadores informais um conjunto de indivíduos que, mesmo incorporados ao mercado de trabalho, não estabelecem relações permanentes de assalariamento, seja como patrões, seja como empregados. Caso típico é o dos trabalhadores por conta própria, os quais, para exercerem suas atividades, valem quase exclusivamente do uso de sua própria força de trabalho e, eventualmente, da mão de obra familiar. A característica principal, como já mencionado, seria a pouca ou nenhuma qualificação profissional de seus negócios e o baixo nível de assalariamento.

Para Cacciamalli,

“a economia informal, também denominada de pequena produção, é tida como as atividades econômicas onde existe a separação entre o capital e o trabalho. O produtor de posse de instrumentos de trabalho e dos conhecimentos necessários que com a mão-de-obra ou auxílio de alguns ajudantes executa e administra uma atividade econômica que, em muitos

casos, pode tornar-se uma opção para o mercado” (Cacciamalli, 1990,p 831, apud Volpato, 1995).

Encontram-se neste setor, ainda, os assalariados que não têm carteira assinada, que é outro fator a considerar de extrema importância e que configura deste modo uma situação jurídica não legalizada.

O setor informal pode ser ainda definido como o excedente de mão-de-obra proveniente da migração, devido principalmente a sazonalidade do emprego, responsável pela condição de desocupação dos agricultores durante vários meses do ano, os quais vem buscar nas zonas urbanas a realização das suas expectativas de melhores rendimentos.

Tem-se deste modo que o excedente de mão-de-obra acentua-se devido as dimensões adquiridas pela migração rural-urbana na época da sazonalidade. Assim parte desse excedente de força de trabalho, diante da impossibilidade de engajar-se em atividades do setor formal, é compelida a buscar empregos de baixa produtividade, geralmente no setor informal.

2.3. A legalidade e a ilegalidade no setor informal

Carneiro (1990, apud Volpato 1995) coloca que o uso do termo informal deu-se pelo fato de que as políticas tanto de renda quanto de emprego levavam algum tempo para atingir as camadas mais carentes e empobrecidas da população. Os trabalhadores deste setor sobreviviam em condições desfavoráveis, executando uma atividade simples e de pequena expressão econômica.

Para Souza (1980, apud Vasconcellos, 1994) as organizações informais nos moldes capitalistas são aquelas que não preenchem a condição básica, ou seja, de serem capitalistas formais. Estes capitalistas ditos não-formais são pequenas empresas que não cumprem todas as obrigações legais referentes à legislação social, e às leis do salário mínimo obrigatório etc.

Deste modo, a condição de empregado no mercado formal implica garantias respaldadas na lei, enquanto o emprego no mercado não-formal implica uma situação sem garantia de lei.

Podemos pensar em estratégias dos trabalhadores no mercado de trabalho sob o seguinte aspecto: os trabalhadores, por não encontrarem emprego no setor formal, seja em virtude de processos recessivos ou de não preencherem os requisitos necessários ao posto de trabalho das empresas, buscam temporariamente ocupações no setor informal.

Assim, o fator de baixo nível de salários pagos no setor formal pode dar origem a um setor informal, o que faz com que os trabalhadores busquem neste setor uma alternativa de complemento de sua renda. Estas alternativas, como já foi citado, se traduzem na forma de biscateiros, artesãos, pequenos produtores, comércio ambulante, etc.

Para Cavalcanti (1987) a economia informal “é um verdadeiro colchão de molas para a mão-de-obra marginalizada da economia urbana, pois este setor é sempre flexível às mudanças que ocorrem na economia”. A economia informal vai sempre existir, mas terá sua presença mais acentuada em épocas de crise e recessão econômica.

Deve-se ter claro que a economia informal não pode estar associada somente ao subdesenvolvimento, crises e deterioração social. Ela pode ter sua origem também enquanto uma alternativa de desenvolvimento capaz de otimizar os recursos dentro da ótica da geração de renda que pode ser transformada em formas criativas de sobrevivência e melhoria na qualidade de vida.

Esta abordagem propõe a visão de um único mercado entre a economia formal e informal “onde a expansão do setor formal determina a expansão do informal” (Vasconcellos, 1994,p.17). Cacciamalli (1989,p.2, apud Volpato, 1995) sugere dois tipos de economia informal. “A primeira estaria sob a ótica em que o termo informal seria utilizado nas atividades econômicas segundo o corte das relações de produção, e o outro tipo, ou seja, o fenômeno da clandestinidade, entenda-se setor informal, dentro da estrutura econômica convencional, receberia outra denominação como economia subterrânea, oculta, invisível, etc”.

Deste modo,

“não se pode, contudo, dentro de imprecisões conceituais ou interrelações variadas, ignorar um fato visível, como o da existência de um exército de pessoas que, nas cidades dos países pobres, realizam negócios que muito pouco se parecem com as atividades econômicas sujeitas às regras formais e esquemas modernos do tipo das encontradas numa fábrica de automóveis ou agência bancária” (Cavalcanti, 1987).

Assim o setor formal funciona de uma maneira diferente do informal, pois este tem regras e organizações a seguir, onde, devido a estas regras, deixam pequenos espaços econômicos sem serem preenchidos, devido talvez por serem pequenos demais ou não grandes o suficiente para estabelecerem uma preocupação ou obterem um retorno lucrativo que fosse válido ou conveniente explorar, e é nestes espaços econômicos que o setor informal instala-se com os seus tipos diferentes de comércio, como pequenos comerciantes, vendedores ambulantes, trabalhadores braçais, carregadores, pequenos artesãos, mensageiros, emgraxates e empregadas domésticas, a fim de obter algum tipo de lucratividade, e que para empresas maiores não é interessante, mas para eles tem alguma valia.

Assim o uso do termo informal, desde a sua origem até os dias de hoje, vem sendo aplicado na literatura especializada muito mais para denominar formas heterogêneas de produção e de trabalho não usuais às empresas tipicamente capitalistas.

“Entende-se por tipicamente capitalistas aquelas que compreendem uma nítida separação das relações capital-trabalho e, como consequência, também, a separação das funções da produção das da administração, ou os serviços diretos prestados pelo Estado, do que associado a um fenômeno específico e bem definido do espectro produtivo ou do mundo de trabalhos contemporâneos” (Cacciamalli, 1994).

Por outro lado, cabe considerar ainda que o fato desse termo “informal” não constituir um conceito consensual para todos, devido às diferentes correntes de análise e pensamento, redundam, devido às diferenças de abordagem, em descrições de distintos tipos e formas de trabalho envolvidos em atividades econômicas de baixa produtividade.

2.4. Diferentes enfoques dados ao setor informal

“O enfoque dado pelo OIT (Organização Internacional do Trabalho) descreve o setor informal com base em características fundamentalmente técnicas das unidades produtivas, ou seja, autogeração de postos de trabalho, como exposta ao excedente da força de trabalho e a impossibilidade de inserir-se no setor moderno” (Cartaya, 1987).

Já a abordagem marxista atribui ao setor informal muitas características que se atribuiriam ao do marginal, e que interpreta sua continuidade ou reprodução como expressão de uma necessidade funcional do sistema capitalista formal em manter níveis aceitáveis das taxas de ganância mediante um incremento da exploração dos trabalhadores. Visto sob esse ponto, o setor informal está completamente subordinado as necessidades de acumulação de capital do setor formal e não teria, neste caso, nenhuma necessidade de desenvolvimento. Ainda dentro desta abordagem, conclui-se diferentes visões sobre a viabilidade do setor informal, baseado nas análises de estratégias das unidades produtivas do setor formal. Este enfoque parte da funcionalidade do setor informal, ou seja, que este seria um meio de atenuar os custos de produção em parceria com a mão-de-obra familiar ou barata devido à pouca ou nenhuma especialização que atenuam os custos na atividade formal. Estas empresas familiares informais contratadas pelas grandes e médias empresas formais constituem estratégias para estas empresas de elidir as cargas sociais, ao mesmo tempo em que a existência deste setor permite manter baixos os níveis de salários nas empresas modernas. Assim grande parte das empresas do setor informal estaria subordinada ao setor formal.

“O enfoque dos países desenvolvidos explicam que tanto a relação de trabalho atípica como a economia negra são respostas as crises de estrutura mundial cujas conseqüências tem sido: queda da produtividade e instabilidade de demanda. O marco de uma reestruturação do sistema econômico mundial das empresas. é que estes tendem a recuperar seus custos fixos e particularmente dos salários mediante busca de novas formas de organização do trabalho e gasto de mão de obra” (Cartaya, 1987).

O enfoque neoclássico vê os desequilíbrios no mercado como resultado das distorções do nível de emprego, pois ao definirem-se pisos salariais para os trabalhadores

desencadeia-se um processo de substituição por capital deixando parte da força de trabalho desempregada, devido à falta de valorização desta força, justamente por não ser, geralmente, qualificada. Dentro desse enfoque, o enfoque neoliberal define o setor informal como uma manifestação do espírito empresarial reprimido, devido à excessiva regulação do governo das atividades econômicas através das leis que regem o sistema econômico, o que obriga o empresário informal a atuar marginalizado da lei.

Carneiro, na sua abordagem, coloca que: ✓

“a explicação para a clandestinidade não está na necessidade de complementação de renda familiar ou na necessidade de sobrevivência, em última instância, na verdade, o que mostra como principais fatores que induzem a economia informal são os custos trabalhistas do emprego legal e a carga fiscal das empresas (Carneiro, 1990,p.818, apud Volpato 1995

Marx ao estudar este setor, “atrela o emprego ao capital, ou seja, considera que a oferta de trabalho, durante as fases de crescimento do ciclo, pode tornar-se limitada. Isto constituiria uma barreira à acumulação do capital” (Gelinski, 1993). Ou seja, à medida que o emprego cresce efetivamente, crescem também os salários, com ganhos reais, até anularem os excedentes. Isto torna-se uma ameaça para os capitalistas do setor formal, que retraem os investimentos, provocando crises no sistema econômico e conseqüentemente no nível de emprego. Contudo, o progresso tecnológico e a composição orgânica do capital variam a um ritmo mais acelerado que a riqueza social, ou seja, a força de trabalho empregado cresce, mas diminui progressivamente à medida que se incrementa o capital global.

“Contrapondo-se, o enfoque keynesiano, associa o nível de emprego ao investimento realizado no sistema econômico” (Gelinski, 1993). Basicamente, Keynes sustenta que a falta de demanda agregada é responsável pelos desequilíbrios no mercado de trabalho onde a atuação do Estado no sentido de corrigir as distorções mediante injeções de investimento é vista como uma saída plausível e coerente.

“A título de considerações finais cabe destacar que um dos indicadores mais importantes da situação de emprego da América Latina é a presença crescente de ocupações desenvolvidas pela força de trabalho excluída dos privilégios da industrialização. Nesse sentido, são numerosos os trabalhos que sob vários ângulos abordam o estudo de tais atividades, o qual se traduz na

diversidade de denominações que tem surgido na literatura econômica e sociológica nas últimas duas décadas para explicar as origens e dinâmica própria dessas ocupações.

De um modo geral, não há discordância quanto à existência de tais atividades e há um relativo acordo a respeito de algumas características observadas empiricamente (baixo nível de produtividade, produção em pequena escala, uso de mão-de-obra familiar, entre outras), entretanto há falta de concordância no que se refere ao conteúdo analítico de cada um desses termos o que tem gerado, tanto a nível de pesquisas empíricas como de políticas para o setor, resultados contraditórios” (Gelinski, p.14-15, 1995).

CAPÍTULO III

3. ESTRUTURAS DE MERCADO

3.1. O mercado

Pode-se dividir as unidades econômicas em dois grupos conforme sua função de atuação no mercado. Um seria a dos compradores e o outro a dos vendedores. Os compradores abrangem os consumidores, ou seja, os que compram bens e serviços, e as empresas os que adquirem trabalho, capital e matérias-primas, que são utilizados para produzir os bens e serviços. Entre os vendedores estão as empresas legalizadas, que vendem bens e serviços; os trabalhadores, que vendem seus serviços por meio do trabalho que exercem; e os proprietários de recursos, que arrendam terras ou comercializam recursos minerais para as empresas que os transformam em bens e serviços. A maioria das pessoas e uma boa parte das empresas atuam tanto como compradores quanto como vendedores. É mais provável pensar para termos uma análise que estes sejam simplesmente compradores quando estejam adquirindo alguma coisa e vendedores quando estejam vendendo algo.

Deste modo as unidades econômicas, compradores e vendedores interagem, originando os chamados mercados. “Um mercado é um grupo de compradores e vendedores que interagem entre si, resultando na possibilidade de trocas” (Pindyck, 1994). Um mercado representa mais do que uma indústria, quer dizer, uma indústria é uma empresa ou um conjunto de empresas que vende um produto ou que vende o mesmo produto ou produtos correlatos. “Com efeito, a indústria corresponde ao lado da oferta, no mercado” (Pindyck, 1994) e os mercados estão no centro da atividade econômica.

3.3. Concorrência Monopolística

Um mercado monopolisticamente competitivo assemelha-se em parte com o perfeitamente competitivo ou de concorrência perfeita, ou seja: no geral existem muitas empresas, e a entrada de novas empresas é ilimitada. Contudo, difere da competição perfeita devido aos produtos serem diferenciados, quer dizer, cada empresa comercializa uma marca ou tipo de produto que se diferencia em termos de qualidade, aparência ou reputação de comércio, em termos de nome do produto ou nome de quem produz, e cada empresa é a única produtora desta marca. A quantidade de poder de monopólio que a empresa deterá dependerá do seu grau de sucesso na diferenciação do seu produto, em relação as demais empresas.

Em muitos setores, os produtos que as empresas fabricam são diferenciados entre si. Por uma determinada razão, os consumidores vêem a marca de cada empresa como algo diferente o qual a distingue das demais concorrentes. O detergente da empresa A, por exemplo, é diferente do detergente da empresa B, que é diferente do da empresa C que, por sua vez, é diferente de tantas outras que existirem. A diferença está, parcialmente, no aroma, na consistência, no “marketing” e na reputação de comércio que cada uma exerce sobre seus consumidores em potenciais, isto é, a imagem que o consumidor tem sobre a relativa eficácia do detergente no cotidiano das pessoas que o utilizam. Em decorrência disto um determinado grupo de pessoas está, independente do preço, interessado em adquirir somente aquele tipo de marca do produto, enquanto, em contrapartida outros não se dispõem a tal capricho, ou seja, procuram um substituto para tal, e é neste ponto que atua a concorrência monopolística.

“Um mercado monopolisticamente competitivo tem duas características importantes: em primeiro lugar, trata-se de um ambiente comercial no qual as empresas competem vendendo produtos diferenciados, altamente substituíveis uns pelos outros, não sendo entretanto substitutos perfeitos. Em segundo lugar, trata-se de um mercado de livre entrada e livre saída, isto é, relativamente fácil a entrada de novas empresas com suas próprias marcas do produto e também é relativamente fácil para as empresas que nele já atuam sair, caso seus produtos deixem de ser lucrativos” (Pindyck, 1994).

Para exemplificar por que não existe barreiras a entrada, e como esta falta de barreiras é um requisito importante, tomar-se-á o mercado de detergentes que é, como já citado, monopolisticamente competitivo. É bastante simples para outras empresas que não estejam no mercado diretamente ou que pretendem entrar neste mercado, lançar novas marcas de detergentes que venham a competir os da empresa A e o da empresa B, e assim por diante. Tal fato, quando ocorre, limita a lucratividade de produção da empresa A ou da empresa B. Se os lucros destas empresas forem grandes, outras investirão a quantia necessária em desenvolvimento, produção, propaganda e promoção do produto que ela estaria disposta a produzir, e do qual seria detentora da patente. Isto resultaria numa redução de fatias do mercado e da lucratividade da empresa A e da empresa B.

Sobre o comércio de varejo temos que estes competem entre si de uma forma monopolística, uma vez que as mercadorias são comercializadas por diversas lojas diferentes e em diversos pontos, diferenciando seus serviços de acordo com o local, a disponibilidade e habilidade de seus vendedores, as condições de crédito etc. A entrada neste mercado também é fácil e, desta forma, se os lucros forem elevados em um determinado local, pelo fato de existirem poucas lojas atuando, novas lojas poderão querer participar deste mercado nele entrar.

“No que se refere a eficiência da concorrência monopolística existem 2 (dois) pontos de ineficiência. Primeiro, ao contrário do que ocorre na competição perfeita o preço de equilíbrio é mais alto do que o custo marginal. Isto significa que os valores atribuídos pelos consumidores a unidades adicionais do produto é maior do que o custo de produção destes mesmas unidades. Em segundo lugar, a empresa monopolisticamente competitiva opera com excesso de capacidade, seu nível de produção é menor do que o nível capaz de minimizar seu custo médio. A entrada de novas companhias faz com que os lucros da empresa caiam a zero tanto nos mercados perfeitamente competitivos quanto nos mercados monopolisticamente competitivos. Em um mercado perfeitamente competitivo, entretanto, a curva de demanda possui uma inclinação decrescente, portanto o ponto zero ocorrerá à esquerda do custo médio mínimo. Este excesso de capacidade é ineficiente porque os custos médios poderiam ser menores caso existissem menos empresas atuando” (Pindyck, 1994).

Estas ineficiências atuam no mercado ao ponto de alguns acharem este tipo de competição monopolística uma estrutura indesejável e que devesse ser regulamentada. Isto

não deve acontecer por alguns motivos. Em primeiro lugar, na maioria dos mercados monopolísticos o poder de monopólio é pequeno. Normalmente existe um número satisfatoriamente grande de empresas atuando e concorrendo entre si, cada qual possuidora de marcas que são substitutas entre si, de tal forma que nenhuma das empresas poderá chegar a ter uma substancial fatia de poder de monopólio. Em segundo lugar, qualquer ineficiência que existir deverá ser ponderada em relação a um importante benefício que a competição monopolística oferece, ou seja, a diversidade de produtos. A maioria valoriza o poder de escolher entre uma grande e ampla variedade de produtos que concorrem e marcas que diferem de várias formas entre si.

3.4. Oligopólio

Em um mercado do tipo oligopolístico o produto das empresas podem ser ou não diferenciados. O que é mais importante é que apenas algumas ou poucas empresas sejam responsáveis pela maior parte por toda a produção. Em alguns mercados oligopolísticos, algumas ou todas as empresas captam grandes lucros a longo prazo, já que existem barreiras à entrada de novas empresas o que tornam difícil ou impossível que novas empresas operem naquele mercado.

Os principais motivos de barreiras no, oligopólio, à entrada de empresa são as economias de escala poderem tornar não lucrativo o fato que mais do que algumas poucas empresas coexistam no mercado; as patentes ou o acesso à tecnologia poderão servir para excluir potenciais concorrentes; a necessidade de dispendir dinheiro para tornar uma marca conhecida e obter reputação no mercado. Estas são as chamadas barreiras naturais, isto é, são básicas com relação ao mercado específico. Além de tais barreiras as empresas que já atuam poderão tomar medidas estratégicas para desestimular a entrada de novas empresas, ou seja, caso uma nova empresa tente entrar no mercado, estas poderão ameaçar inundar o mercado com seus produtos e fazer com que os preços caiam e, para fazer com que sua ameaça não seja apenas um blefe elas podem instalar um excesso de capacidade produtiva.

“A administração de uma empresa oligoplística é complexa porque as decisões relativas a preço, nível de produção, propaganda e investimentos envolvem todas as importantes considerações estratégicas. Pelo fato de haver

poucas empresas concorrentes, cada uma dever cautelosamente refletir sobre a forma pela qual suas ações irão afetar empresas rivais, bem como sobre as possíveis reações que seus concorrentes poderão apresentar.” (Pindyck, 1994).

Enquanto a empresa estiver tomando decisões, ela deverá levar em conta as reações da concorrência, ciente ao fato de que seus concorrentes também levarão em conta as suas reações em relação às decisões delas. As decisões, as reações, e as reações às reações são um processo dinâmico que evolui ao longo do tempo. Assim, quando o administrador de uma empresa avalia as potenciais consequências de suas decisões, eles deverão estar supondo que seus concorrentes sejam igualmente inteligentes, pois, deste modo, poderão colocar-se no lugar dos concorrentes e levarem conta as possíveis reações que eles poderiam apresentar.

Quando estudamos um mercado, geralmente desejamos determinar o preço e quantidade que nele fazem valer a chamada condição ou situação de equilíbrio. No mercado perfeitamente competitivo, por exemplo, o preço de equilíbrio torna iguais suas quantidades ofertada e demandada. No caso do oligopólio, o equilíbrio ocorre quando a receita marginal torna-se igual ao custo marginal. Na competição monopolística, o equilíbrio a longo prazo ocorre à medida que novas empresas entram no mercado, fazendo com que os lucros tendam a cair.

Nos mercados de concorrência perfeita e concorrência monopolística, cada empresa poderia assumir, como premissa, o preço ou a demanda do mercado, sem ter que se preocupar muito com seus concorrentes. Já no mercado oligopolístico a empresa determina seu preço ou qualquer volume de produção com base em considerações estratégicas relativas ao comportamento de suas concorrentes no mercado em que atua. Em contrapartida, as decisões dos concorrentes dependerão das decisões tomadas pela própria empresa com relação ao concorrente e, com base nisto, decidir sobre atuação no mercado.

Para tentar definir o equilíbrio oligopolístico, analisar-se-á o equilíbrio de mercado competitivo e monopolístico, por exemplo, quando um mercado está em equilíbrio, as empresas estão fazendo o melhor que podem no momento e não teriam qualquer razão para modificar os preços de seus produtos ou níveis de produção da empresa. Por conseguinte, um mercado competitivo está em equilíbrio quando a quantidade ofertada é igual a

quantidade demandada, porque cada empresa está fazendo o melhor que pode, isto é, vendendo tudo aquilo que produz e maximizando seus lucros. No monopolista atinge-se o equilíbrio quando sua receita marginal se iguala ao seu custo marginal, porque assim, como no mercado competitivo, ele estará fazendo o melhor que pode e maximizando os seus lucros.

Com base no acima exposto, pode-se definir um equilíbrio para o mercado oligopolista. Nesta mercado também cada empresa estará disposta a fazer o melhor que pode, só que levando sempre em conta o que suas concorrentes estas também estiverem fazendo, ou seja, uma vez que a empresa estará fazendo o melhor que pode, dependendo do que as suas concorrentes estejam fazendo, é natural, também, que se suponha que suas concorrentes estarão fazendo o melhor que podem dependendo do que a própria empresa estiver fazendo. Em suma cada empresa faz o melhor que pode, levando em consideração o que estão fazendo as suas concorrentes e pressupõe que suas concorrentes pensem do mesmo modo.

O equilíbrio de NASH resume bem tal abordagem, quer dizer, “cada empresa está fazendo o melhor que pode em função daquilo que estão fazendo suas concorrentes” (Pindyck, 1994).

No oligopólio ao invés das estratégias já demonstradas muitas empresas preferem adotar dois tipos de abordagens mercadológicas. Uma seria o “dilema dos prisioneiros que proporciona rigidez dos preços nos mercados oligolísticos” (Pindyck, 1994), as empresas relutam em alterar seus preços para que possam com isso dar início a uma guerra de preços, e a outra seria a “liderança de preço que é uma forma implícita de conluio que, às vezes, consegue contornar o Dilema dos Prisioneiros. Uma empresa determina o preço, e as demais a acompanham estabelecendo o mesmo preço” (Pindyck, 1994).

3.5. Monopólio

Na qualidade de único produtor de um determinado produto, o monopolista encontra-se em uma posição única e privilegiada no mercado em que atua. Se este decidir aumentar o preço do produto, ele não precisa preocupar-se com concorrentes que, cobrando

preço menor, poderiam absorver uma parte do mercado. “O monopolista é o mercado, tendo assim completo controle sobre a quantidade de produto que será colocada à venda” (Pindyck, 1994).

Mas isto não significa que o monopolista possa cobrar o que quiser, ou seja, não deverá praticá-lo caso seu objetivo seja maximizar seus lucros. Se uma empresa detém o monopólio de um produto qualquer que vale um preço X , então esta empresa não pode vender por X mais Y . Simplesmente porque provavelmente poucas pessoas iriam adquiri-lo e este teria um lucro menor do que se vendesse a um preço menor, ou seja, ao preço X .

Portanto, para poder maximizar os seus lucros, o monopolista deve em primeiro lugar determinar as características de demanda do mercado, bem como seus custos de produção do produto. O conhecimento da demanda do mercado e do custo do produto é essencial para a empresa tomar a decisão econômica adequada no que referir a produção e venda. Neste caso, o preço unitário do produto que o monopolista tem a receber é obtido diretamente a partir da curva de demanda de mercado. Equivalentemente, ele poderá determinar o preço sem que a quantidade que venderá será obtida diretamente a partir da curva de demanda exigida do mercado.

Sobre o poder de monopólio tem-se que é rara a ocorrência de um monopólio puro. São mais comuns os mercados nos quais diversas empresas competem entre si. “Porém, deve-se explicar neste ponto a razão pela qual, em um mercado com diversas empresas, cada empresa irá se defrontar com uma curva de demanda com inclinação descendente, e portanto produzirá de modo que o preço seja maior do que seu custo marginal” (Pindyck, 1994).

É importante salientar a diferença que existe entre a empresa tipo perfeitamente competitiva e a empresa com poder de monopólio. Para a empresa competitiva o preço é igual ao seu custo marginal e, para a empresa tipo monopólio, o preço é superior ao seu custo marginal. “Portanto, uma forma natural de medir o poder de monopólio é examinar a medida pela qual o preço maximizador do lucro excede o custo marginal. Em particular, podemos utilizar a relação de “markup”, ou seja, preço menos custo marginal, dividido pelo preço” (Pindyck, 1994). Vale a pena salientar que um considerável poder de monopólio não implica necessariamente a obtenção de altos lucros. Sabe-se que o lucro depende da relação

do custo médio e preço da empresa, quer dizer, mesmo que a empresa A tenha muito mais poder de monopólio do que a B, esta pode estar auferindo lucros mais baixos por ter um custo médio muito mais alto.

“O poder de monopólio está baseado na capacidade de definir o preço acima do custo marginal, e a quantidade pela qual o preço ultrapassa o custo marginal depende do universo da elasticidade de demanda da empresa” (Pindyck, 1994).

O determinante principal e talvez definitivo do poder de monopólio é a elasticidade da empresa.

Três fatores podem ser apontados como determinantes da elasticidade da demanda da empresa. “Como primeiro fator está a elasticidade de demanda de mercado. A demanda da própria empresa será pelo menos tão elástica quanto for a demanda do mercado, e portanto a elasticidade da demanda do mercado limita o potencial de poder do monopólio. O segundo fator é o número de empresas atuando no mercado. Se existirem muitas empresas, será pouco provável que qualquer uma delas tenha unilateralmente possibilidade de influenciar significativamente o preço de mercado. Como terceiro fator encontra-se a interação entre as empresas. Mesmo se apenas duas ou três empresas estiverem atuando no mercado nenhuma delas terá unilateralmente possibilidade de elevar seu preço com lucro, caso exista uma agressiva rivalidade entre elas, ou seja, com cada empresa procurando capturar a maior fatia possível de mercado.”

Sobre a elasticidade de demanda de mercado, se houver apenas uma empresa, ou seja, um monopolista puro, sua curva de demanda seria a curva de demanda de mercado. Neste caso o grau de poder de monopólio da empresa dependerá completamente da elasticidade da demanda do mercado que este possui.

É mais freqüente, porém que nem sempre diversas empresas concentrem concorrendo entre si, neste caso a elasticidade da curva de demanda do mercado definirá o limite inferior para a elasticidade da demanda da empresa que deverá ser praticado.

No caso do petróleo, por exemplo, a demanda deste produto é razoavelmente inelástica, sendo este o motivo pelo qual a OPEP (Organização dos Países Exportadores de Petróleo) teria conseguido aumentar os preços acima do custo marginal de produção, durante as décadas de 70 e 80.

O segundo fator determinante da curva de demanda de uma empresa, é o número de empresas que atuam no mercado. Se outros fatores permanecem inalterados ou seja, “*seteris paribus*”, o poder de monopólio de cada empresa cairá à medida que o número de empresas que atuam no mercado aumentar, ou seja, quanto mais empresas competirem entre si maiores serão as dificuldades encontradas por elas para aumentar preços e evitar a perda de vendas para as suas concorrentes e, conseqüentemente, deter mais poder de monopólio.

Certamente no monopólio o ponto que mais interessa não é apenas o número total de empresas participantes, mas o número de concorrentes em patentes, isto é, empresas que detêm significativas fatias do mercado do produto sem que outra possa fabricar.

Como no oligopólio, no monopólio existem algumas barreiras naturais à entrada de outras empresas. Por exemplo, uma empresa que possui uma patente de uma determinada tecnologia necessária para a produção de um dado produto, torna impossível que outras empresas entrem no mercado, pelo menos até que tal patente expire. O mesmo acontece com o direito autoral e as economias de escala.

Por fim, temos que a interação entre as empresas é também um importante fator, às vezes o fator mais importante do poder de monopólio. Se existir 4 (quatro) empresas atuando em um mercado, estas poderiam estar competindo agressivamente entre si procurando vender abaixo do valor da concorrência, para obter fatias adicionais do mercado e deter mais poder de monopólio e evitar dessa maneira que outras empresas entrem no mercado. Isto provavelmente faria com que os preços caíssem a níveis quase competitivos.

“Por outro lado as empresas poderiam não estar competindo muito, e até estariam em conluio (violando a legislação anti-truste). Numa situação extrema, poderiam formar um cartel, concordando explicitamente em limitar os níveis da produção e aumentar preços; o aumento coordenado de preços pelas empresas, em vez um aumento unilateral apresenta maiores probabilidades de lucro, portanto o conluio pode gerar um substancial poder de monopólio” (Pindyck, 1994).

O poder de monopólio torna-se menor quando as empresas competem agressivamente entre si, e maior quando cooperam mutuamente.

O poder de monopólio de uma empresa pode variar com o decorrer do tempo, à medida em que ocorrem alterações na demanda do mercado e no custo de produção e no seu comportamento em relação ao das empresas concorrentes. O poder de monopólio deve ser sempre considerado dentro de um contexto dinâmico, onde grandes lucros podem induzir novas empresas a entrar em um setor industrial.

CAPÍTULO IV

4. OS CAMELÔS DE FLORIANÓPOLIS

4.1. A concorrência no setor

Nos dias atuais devido as dificuldades financeiras ou de falta de oportunidades de trabalho, os indivíduos que não conseguiram emprego no setor informal, são compelidos a optarem ou deslocarem-se para o setor informal

A opção pelo setor informal, mais especificamente no Brasil, se dá muitas vezes devido ao período recessivo que o país atravessa. Tal período recessivo leva geralmente à redução do poder aquisitivo dos cidadãos, o que os impele a procurar formas alternativas de complementar o orçamento familiar, levando-os, por motivo da pouca ou nenhuma especialização, a deslocar-se para os setores à margem do formal conhecidos como setores informais.

Já para os que foram compelidos a deslocarem-se (do formal para o informal), constitui-se como receptor das classes desqualificadas que não conseguiram emprego no setor formal e/ou dos indivíduos que optaram, por este setor, como um complemento da renda mensal.

Ao optar pelo setor informal ele estaria livre de quase todos os encargos fiscais que a legislação lhe impõe; contudo, como no setor formal, não estará livre da concorrência e da influência desta na formação do preço do produto que irá comercializar.

Assim, levando-se em consideração o acima exposto, tentar-se-á se definir como se procede a concorrência e a formação de preços no setor informal, mais especificamente o de camelôs.

A concorrência neste setor pode-se dar em três diferentes níveis. O primeiro leva em conta o comércio local formal com qual convivem os camelôs, ou seja, os comerciantes formalis. O segundo é a concorrência entre os próprios camelôs que convivem no mesmo

espaço que são delimitados pela prefeitura⁵ para comercializarem seus produtos livres de impostos. O terceiro seria entre os camelôs da Francisco Tolentino e os camelôs que comercializam as mercadorias em outros pontos da cidade como os da Rua Conselheiro Mafra.

A concorrência com o comércio local se dá de uma forma indireta, ou seja, os camelôs levam em conta o que é conveniente comercializar frente aos comerciantes, quer dizer, os camelôs comercializam a maioria de suas mercadorias à vista, já o comércio formal pode comercializar qualquer tipo de mercadoria tanto à vista como também à prazo.

Para os camelôs não existe, oficialmente, a opção de compra à prazo e para muitos, se existisse, não seria conveniente comercializar. Contudo existe o chamado “consórcio”⁶, que é uma situação firmada, antecipadamente, entre o camelô e o cliente. A vantagem de aceitar ou não se dá pelo fato de a prestação ser, atualmente, dolarizada, onde o reajuste seria feito pela variação do dólar que permanece atualmente estável, o que no comércio se dá através de indexadores. Todavia existe a chamada “garantia”⁷, da qual os comerciantes formais tanto se valem quando o é feito pelo cliente uma comparação sobre o preço fixado por ele em comparação com os dos camelôs. A questão dos produtos substitutos, ou seja: comparar uma marca Panasonic com Broksonic ou Ikita, onde a primeira já é conhecida pelos clientes, o que não ocorre o mesmo com a segunda, é nesta situação que entra em ação a concorrência entre substituto e a garantia. Para exemplificar a questão, tomar-se-á um aparelho eletro-eletrônico⁸, no caso a filmadora para se efetuar a análise. Este tipo de aparelho, para os camelôs, não traz nenhuma vantagem em ser comercializado, embora muitos o comercializem sob a forma de pedido, devido ao fato que o preço entre a compra

⁵ A prefeitura criou o Camelódromo a fim de reunir em um único ponto todos os camelôs situados na extensão da Rua Conselheiro Mafra. Tal local é fiscalizado pela Prefeitura através da SUSP (Secretaria de Urbanismo e Saneamento Público).

⁶ O chamado “consórcio” pode ser efetuado de três formas: o comprador recebe a mercadoria no dia da última parcela, o comprador recebe a mercadoria numa determinada data que é conhecida antecipadamente e paga as parcelas até o final e, o comprador recebe a mercadoria e paga as parcelas a posterior. Esta última não é a mais usual pelo fato de o comprador poder receber a mercadoria no primeiro pagamento, por exemplo e, não pagar mais já que não existe nenhum contrato assinado entre as partes.

⁷ A garantia que comerciantes formais oferecem refere-se à marca e assistência técnica das mercadorias enquanto para os comerciantes informais refere-se somente à substituição do equipamento fornecido por outro.

⁸ Entende-se por aparelho eletro-eletrônico como máquinas fotográficas, aparelhos de som, filmadoras, rádios-relógios, “micro-systems” etc.

do fornecedor do aparelho e a entrega ao interessado praticamente seja o mesmo do praticado pelos comerciantes formais, o que será tratado no tópico 4.2.

Neste tipo de transação informal, a garantia só é fornecida no momento da entrega caso o pagamento seja à vista⁹, ou seja, se o equipamento está ligado e funcionando subentende-se que esteja em perfeitas condições de uso, se optar pelo consórcio, onde no caso da filmadora isto é muito difícil, e tal garantia vigora até o término das parcelas do consórcio. Já para os comerciantes a garantia mínima é de um ano com assistência técnica garantida e com condições de pagamento que variam de 3 a 5 vezes pelo “preço à vista”. Já para o caso dos camelôs, a “prestação” deles pode chegar até 10 vezes; contudo, o fator garantia do produto torna-se decisivo na maioria das vezes quando o comprador vai optar por uma compra entre um comerciante formal e um comerciante informal.

Devido a esta desvantagem, a concorrência entre eles no que se refere a equipamentos eletro-eletrônicos tende a se extinguir a um curto prazo, embora muitos destes já não comercializam mais nenhum tipo de aparelho. Deste modo, produtos idênticos em características e marca não trazem vantagem concorrencial para os camelôs, a não ser que este seja um similar ou um substituto próximo. No que diz respeito aos demais produtos, como quinquilharias, bugigangas, souvenirs e outros, concorrem com produtos similares ou substitutos próximos a fim de atrair a clientela dos comerciantes formais com preços reduzidos mas algumas vezes de qualidade duvidosa. Tais produtos não transferem muita preocupação aos concorrentes, mas contudo a condição de trazer produtos idênticos aos comercializados no mercado cai na mesma situação citada na questão da filmadora, ou seja, o preço final quase se equipara ao do comércio, por isso a opção por produtos substitutos. Todavia o comércio dispõe da chamada “garantia” tão vangloriada entre eles quando trata-se deste assunto de substituir os seus produtos pelos dos camelôs.

No que diz respeito ao segundo nível da concorrência, isto é, entre os comerciantes do camelódromo, tem-se que esta se dá primeiramente “entre corredores”¹⁰, ou seja, estes

⁹ Os produtos pagos à vista como as bijuterias têm garantia apenas na hora, pelo motivo que o comprador pode escolher e verificar as condições de compra, já o equipamento eletrônico se porventura apresentar defeito, pode ser trocado por outro caso, seja constatado que realmente é defeito e não mau uso do mesmo.

¹⁰ Corredor é o vão de trânsito de pessoas que separa cada fileira de camelôs. Tal termo foi adotado para esclarecer que antes de haver uma concorrência total dentro do camelódromo entre todos os comerciantes de

concorrem entre os que comercializam o mesmo produto no corredor em que atuam, para depois concorrerem entre os demais do mesmo local. Uma mercadoria como o guarda-chuva ajudará a exemplificar este tipo de concorrência. Quando os camelôs efetuam a compra dos guarda-chuvas de seus fornecedores, estes já definem entre os camelôs, que comercializam o produto no mesmo corredor, o tipo de guarda-chuva e o preço ao qual este será praticado, ficando a cargo do cliente escolher dentro do corredor que entrar a cor desejada do produto já que neste corredor o produto é quase-homogêneo.¹¹ No entanto, o mesmo já não se pode dizer dos demais corredores do camelódromo, dado que cada corredor particularmente pode adotar ou não o mesmo tipo de produto ou um produto diferenciado a fim de concorrer com os demais corredores.

É importante frisar que o tipo de guarda-chuva a ser comprado pelos camelôs leva em conta, diretamente, o tipo e modelo que está sendo praticado no comércio, ou seja, não adianta estes adquirirem um tipo muito mais sofisticado do que o comercializado pelos comerciantes formais do produto, pois sua saída seria mínima ou não haveria procura devido ao fator preço. O que eventualmente acontece quando estes querem comercializar um tipo de mercadoria mais sofisticada que a do comércio formal de um determinado produto é efetuar a chamada “vamos fazer uma experiência”, que consiste em adquirir um certo lote do produto e dispor para venda observando a aceitação e saída do produto. Caso tenha boa aceitação, estes passam a comercializar com mais frequência e quantidade, até a percepção do comércio formal local, que ao sentir a evasão do produto por eles comercializados, começam a adquiri-lo também junto a seus fornecedores. Como seus lotes são em maiores quantidades estes podem reduzir custos e competir a níveis iguais, ou a preços inferiores com os camelôs, até que estes sejam sufocados pela inviabilidade da concorrência do produto; deste modo, quem dita o que vai ser comercializado são os comerciantes formais e não os camelôs¹².

mercadorias iguais ou semelhantes, existe primeiramente uma concorrência feita dentro de cada corredor entre os comerciantes das mesmas mercadorias.

¹¹ O termo quase-homogêneo define que o produto é igual em marca e modelo, mas não em cores, estamparia e público-alvo, ou seja, masculino ou feminino.

¹² O fator de ditar o que deve ser comercializado se deve ao fato de que para determinadas mercadorias caras e ao qual o comércio tem grande lucro e interesse em comercializar estes não liberam à venda e recorrem a represálias. Contudo, em equipamentos eletrônicos menores e bijuterias, este tipo ditador não existe.

O terceiro e último nível concorrencial dos camelôs da Rua Francisco Tolentino atinge a questão da concorrência deles com os demais camelôs espalhados pela cidade. Segundo eles, este tipo de concorrência é levado em consideração somente para alguns camelôs, enquanto para outros não há influência nenhuma, ou seja, os que dizem que não há influência concorrencial nenhuma se referem ao fato de que pagam uma taxa à prefeitura, ao qual denominam, "Alvará de Comercialização", que é paga e fiscalizada mensalmente pelos fiscais do órgão competente (SUSP), e é embutida nos custos das mercadorias, ou seja, como os demais camelôs fora daquele local não pagam nenhum tipo de alvará nem imposto, os preços praticados por aqueles podem, em termos, ser comercializados a um patamar mais baixo do que os deles.

Não se questiona que não ocorre concorrência, ela existe só que não tão intensamente quanto em relação ao comércio formal no que se refere a prazo, qualidade, garantia, variedade, etc. Deste modo, o comércio dos demais camelôs é visto com um pouco de indiferença para uns, com total indiferença para outros e, com relativa indiferença para alguns. Dependendo da época em questão, esta indiferença pode tornar-se maior, menor ou até se anular.

Os camelôs da Rua Francisco Tolentino seriam em tese os "comerciantes formais" para os camelôs da Rua Conselheiro Mafra.

Vistos os três níveis de concorrência, pode-se definir que, devido com se está concorrendo, podem existir tipos de concorrência distintas, ou seja, se se levar em consideração a concorrência com o comércio formal, a concorrência se define como do tipo concorrência monopolística devido, a uma característica básica, que é a diferenciação do produto em termos de qualidade e características técnicas.

Já na concorrência entre eles (os camelôs) mais especificamente entre corredores, a concorrência se dá de forma perfeita, onde o produto é homogêneo, por consenso, e diferenciado apenas na cor do produto; contudo, já entre os demais camelôs do mesmo local a concorrência pode ser considerada novamente como uma concorrência monopolística, já que estes podem diferenciar o produto e as suas características básicas a fim de concorrer com os demais corredores, contudo a diferenciação não é muito grande. Os camelôs preferem competir mais entre eles do que com o comércio, mas a presença dos

comerciantes está sempre implícita em qualquer transação e discussão, por mais banal que esta seja.

No que tange à concorrência dos comerciantes do camelódromo da rua Francisco Tolentino com os demais existentes na cidade, tem-se que a percepção ou não dessa concorrência pelos comerciantes informais do camelódromo parece dever-se a fatores subjetivos, impossíveis de serem avaliados de maneira satisfatória. Portanto, este tipo de relação, quando existe, toma aspectos de concorrência monopolística pelo motivo de que os produtos podem ser diferenciados, mas não possuem poder suficientemente grande para criar um mercado próprio para seus produtos, contudo, algumas vezes caracteriza-se como quase-homogêneo¹³ o que determina, neste momento, um tipo de estrutura de mercado com característica de uma concorrência perfeita.

A inexistência de barreiras à entrada na concorrência perfeita não existe para os camelôs da rua Francisco Tolentino pelo seguinte motivo: a Prefeitura Municipal de Florianópolis, que é o órgão responsável pela fiscalização local, definiu um número de camelôs que atuam neste local, ou seja, a entrada de um novo camelô neste local só pode ser efetuada se, e somente se, um camelô desistir do ponto ou vendê-lo para outrem, caso contrário não existe a caracterização de livre entrada de novos concorrentes. O que pode ocorrer é a mudança de ramo, ou seja, se antes num ponto comercializava-se roupas, e após a desistência do anterior, ou sua venda, pode passar a comercializar sacolas. Este tipo de troca de comércio não tem nenhuma restrição, ficando caracterizado nesta troca de ramo a livre entrada e saída de comerciantes, onde a saída de um não deixará um mercado tão grande, no que se refere à clientela, que um único ou vários comerciantes venham a absorver o espaço de oferta deixado e que venha a influenciar no mercado e, por esse motivo, possa efetuar aumento de preço, e nem a entrada de outro comerciante de um novo ramo ou um ramo já existente afete a estrutura armada a ponto de criar um mercado único e exclusivo para sua mercadoria. O número de camelôs neste caso é sempre o mesmo o que pode acontecer é este número diminuir e não aumentar, a não ser que a prefeitura expanda o local de comercialização dos camelôs. Atualmente, este tipo de expansão torna-se

¹³ Idem (11)

impossível pela falta de espaço físico que aquela área apresenta e, a solução seria transferi-los para uma área maior.

Com base no exposto até o momento, a estrutura de mercado a qual os camelôs do camelódromo se situaria estaria entre uma concorrência perfeita e a concorrência monopolística, entretanto, estes aproximam-se mais de uma concorrência monopolística pela tentativa, muitas vezes bem sucedida, de diferenciar os produtos, mas que não chegam a criar um mercado específico para estes.

4.2 A formação de preço

Até o momento enfatizou-se a questão concorrencial dos produtos comercializados entre os camelôs da rua Francisco Tolentino e os comerciantes formais, entre eles próprios e, entre eles e os demais camelôs distribuídos na cidade, como, por exemplo os da rua Conselheiro Mafra. O aspecto concorrencial deu ênfase às características e às particularidades dos produtos no que se refere ao modelo, marca, tipo, preço etc.

Tratar-se-á agora da formação de preço dos produtos levando-se em conta as características de cada produto com quem e para que é comercializado.

Para efetuar tal análise, serão tomadas uma ou mais mercadorias à medida que for necessário, a fim de exemplificar, como os camelôs definem seus preços.

Os três níveis concorrenciais, como foram mencionados no item 4.1, serão levados em consideração para definir a estratégia de formação de preços no setor de camelôs, quais sejam: a concorrência entre os comerciantes formais e os camelôs, a concorrência entre os camelôs propriamente dita e a concorrência entre os camelôs da rua Francisco Tolentino e os demais das diferentes localidades dentro da cidade como os da rua Conselheiro Mafra.¹⁴

No que diz respeito à formação de preços dos camelôs com relação à dos comerciantes formais, destaca-se o fato de que as mercadorias denominadas eletro-

¹⁴ Ao se tratar da concorrência na formação de preços entre os camelôs do camelódromo e das demais localidades da cidade estará se fazendo referência a concorrência entre os camelôs da rua Francisco Tolentino (camelódromo) e os da rua Conselheiro Mafra.

eletrônicos estão deixando de ser comercializadas por alguns camelôs devido ao fato destas terem o seu preço final quase que idêntico ao do comércio local.

O fato acima descrito explica-se da seguinte maneira: tomando-se por base um aparelho de som; este produto não traz vantagem a nível de preço, dado que este não é compensatório a nível de lucratividade, pois o aparelho em si está se tornando muito caro, e trazê-lo para ser comercializado é uma tarefa muito arriscada devido a intensa fiscalização, quer dizer, os eletro-eletrônicos são aparelhos muito visados pelos agentes fiscais, mais do que qualquer outra mercadoria, que tem como objetivo apreender este tipo de mercadoria caso a encontrem, dado que as mesmas são consideradas inibidoras da demanda nacional.

Por esse motivo é que alguns camelôs estão se abstendo de trazê-los. Os que geralmente trazem, preocupam-se em comercializar marcas conhecidas como Panasonic, Samsung, Sony, já que marcas diferentes e desconhecidas do público não tem respaldo de nome e não atraem a procura. Contudo, a diferença de preço não é tão grande de um aparelho de “marca”¹⁵ para outro substituto. O que os diferencia é a procura, ou seja, o que possui “marca” é mais procurado do que aquele que não a possui onde estes são chamados “aparelhos descartáveis”¹⁶, o que influencia o comprador que se desloca até o camelódromo para adquirir um aparelho de som. Geralmente compra um de “marca” devido ao respaldo da garantia¹⁷, o que nos descartáveis não existe.

Devido a estes fatores (marca, descartáveis, garantia) é que os camelôs, quando trazem aparelhos estes são de marcas conhecidas. Todavia, o preço a que estes adquirem o aparelho, mais a margem de lucro que estes colocam no mesmo para satisfazer suas despesas, tornam o preço final quase igual ou por vezes igual ao do comércio formal local e é esta igualdade ou quase igualdade de preços que afeta a procura do comprador, quer dizer, como os preços são praticamente iguais, o consumidor, prefere comprar no comércio formal, devido talvez aos paradigmas¹⁸ habituais e que muitas vezes não são encontrados

¹⁵ Linguagem popular usada tanto pelos camelôs como pelos compradores para distinguir um produto conhecido como a Panasonic, Sony dentre outros dos produtos não tão conhecidos como Broksonic.

¹⁶ “Aparelhos descartáveis” é o termo usado para definir aqueles aparelhos que não possuem “marca” e que, quando apresentam defeito técnico depois de algum tempo de uso, e por não existir assistência técnica ou conserto são jogados fora.

¹⁷ A garantia, neste caso, refere-se à marca conhecida e à qualidade que esta provavelmente deva oferecer.

¹⁸ Nota fiscal, garantia, assistência técnica, condições de pagamento etc.

no camelô. É, portanto, devido a estes fatores que os camelôs estão deixando de explorar o comércio deste tipo de mercadoria.

Contudo, ainda existe o agravante que a comercialização deste produto nos pontos de venda do camelódromo, é muito visada pelos comerciantes formais pois, a procura não é tão grande no comércio formal que estes não se importem que os camelôs os comercializem. O fato dos camelôs comercializarem é que eles estão retirando dos comerciantes formais consumidores em potenciais de aparelhos de som e, este desvio de consumidores não lhes interessa já que a procura é baixa.

Devido a isto, os comerciantes formais preferem reduzir um pouco suas margens de lucro a fim de excluir os camelôs da comercialização de alguns aparelhos eletroeletrônicos que os interesse. Enfatiza-se que no comércio formal existem condições de pagamento, é claro que com acréscimo geralmente indexada por algum indexador, onde a garantia dá-se por no mínimo, 1 (um) ano, e o produto tem assistência técnica garantida. O que ocorre com os camelôs é que a garantia é dada no ato da entrega do produto¹⁹.

A assistência técnica depende da marca do produto que o cliente solicitou ou estava disponível, quer dizer, se a marca é conhecida e existe assistência técnica na praça, o cliente não precisa se preocupar, contudo se ocorrer o contrário o mesmo terá ainda que contar com a sorte de o produto não ser recondicionado ou já usado. O fator preço é que define este tipo de concorrência, para eles inviável, pois os mesmos não podem trabalhar a prazo por ser um equipamento muito caro e por estas características, caro e prazo, a procura é pequena, além do agravante de que o preço comercializado pelos camelôs é quase igual ao dos comerciantes formais.

Assim, a falta de procura por determinados produtos, que antes eram comercializados, obriga os camelôs a absterem-se da comercialização e a trabalhar somente sob encomenda. Mesmo assim estes casos particulares são raros devido a três fatores. O primeiro seria que o preço final da mercadoria cara torna-se quase idêntica ao do comércio,

¹⁹ Caso o produto não funcione no momento do teste, é garantida a troca do mesmo ou devolução do dinheiro. Se por algum motivo for constatado queima do mesmo por mau uso do aparelho não há nada que se possa fazer nesse caso, ou seja, o consumidor perdeu dinheiro, a não ser que o aparelho adquirido seja de "marca" e exista assistência técnica a ponto de consertá-lo, caso contrário o negócio é descartá-lo. Portanto se a queima ou defeito for de origem de fabricação também se efetuará a troca. Todavia, é sempre conveniente estipular condições de troca antes de levar o aparelho.

o segundo seria o das condições de pagamento, ou seja, enquanto os camelôs trabalham com preço à vista na sua grande maioria, o comércio trabalha com condições de pagamento. Por último a garantia é um dos fatores mais decisivos.

O que foi analisado até agora leva em conta que os produtos são idênticos em funcionamento e em recursos, diferenciando-se apenas na marca. Portanto, no caso de produtos diferenciados, o preço é menor, pois geralmente é formado através de substitutos que possuem as mesmas funções ou a maioria delas. Geralmente estas marcas desconhecidas que se tornam substitutas das marcas que eram comercializadas pelos comerciantes atingem quase o mesmo preço e, quando são mais baratas perdem pelo fator garantia que é o principal, e pelas condições de pagamento.

Contudo o cliente não se sente atraído pelo produto devido ao não conhecimento da marca e da falta de garantia. Deste modo o preço das mercadorias são definidos com uma margem de lucro que satisfaça o camelô, ou seja, que cubra a compra da mercadoria, o risco para trazê-la quando é o mesmo que a traz, ou cubra o preço cobrado pelo atravessador e mais uma taxa de lucro que varia de 20% a 50% dependendo de quanto o comerciante formal cobra pela mesma mercadoria, similar ou não.

Isto é válido para qualquer mercadoria, de qualquer marca conhecida ou não. São estes fatores que formam o preço que, dependendo da marca, se iguala ao do praticado no comércio formal, ou é mais barato do que os do mesmo, mas perde em qualidade. O cliente é que deverá optar por qual comprar e qual risco correr.

No caso do segundo nível concorrencial, que seria o da formação do preço entre os camelôs do mesmo corredor, estes já efetuam o preço quando da compra da mercadoria, levando em consideração o preço que está sendo praticado pelo comerciante formal. Desta forma, o preço que será praticado pelo camelô "A" do corredor "X" será o mesmo do que o praticado pelo camelô "B" do mesmo corredor.

Sé efetuada, por exemplo, uma compra de guarda-chuvas e um ou mais camelôs vendem o mesmo produto no mesmo corredor, estes, antes de levarem seus produtos às lojas, determinam o preço que será praticado, levando em consideração a margem de lucro do produto e, por consenso efetuam o preço final da mercadoria. Isto ocorre para todo o tipo de mercadoria comercializada em corredores com mais de um vendedor do mesmo produto.

Nos demais corredores, a formação de preços segue os mesmos parâmetros acima descritos, mas isto não vale entre os corredores, ou seja, o preço praticado entre um corredor e outro pode diferenciar-se devido a diversificação das mercadorias que cada um comercializa, e o preço estipulado pelos membros de cada corredor, vale dizer, não há um consenso de preço entre os corredores “A” e “B” pois estes concorrem entre si no preço, na diferenciação, na qualidade, e em tudo o mais, pois desejam maximizar suas vendas e as efetuam baixando o preço até uma margem que não os prejudique, isto quando podem baixá-los.

Tal artifício ocorre com mais frequência em épocas de festas, onde a procura é maior e a maximização das vendas pode ser maior, dependendo do preço que o produto é ofertado. Os camelôs não se preocupam tanto em vender um único produto a um preço muito alto para maximizar as suas vendas e lucros; eles preferem vender a um preço mais baixo e vender mais a fim de tentar obter uma maximização maior. Neste caso, o cliente do comerciante camelô terá que optar pela melhor oferta de qualidade/preço do produto em oferta dos diversos corredores que ofertam o produto que deseja adquirir.

É importante destacar que a formação de preço nos corredores e entre corredores pelos camelôs está sempre implicitamente relacionada com os preços do comércio formal.

Por último, no terceiro nível concorrencial, que é o da concorrência entre os camelôs²⁰ com os demais existentes na cidade não há muita preocupação por parte da grande maioria devido ao fato que estes possuem compromissos que deverão entrar na formação do preço final da mercadoria como a taxa de alvará de comercialização do ponto que é cobrada pela prefeitura e fiscalizado pela SUSP, outros ainda não são donos do ponto, ou seja, apenas arrendaram e pagam um percentual mensal fixo ou variável ao dono do ponto sobre o que venderem no ponto e, ainda a taxa do alvará. Estes compromissos, os demais camelôs existentes da cidade não possuem e, por isso, não precisam embutir em seus custos.

Mas o fator dos custos adicionais não preocupa tanto os camelôs. Como o capital deles é maior do que o dos demais pontos da cidade, estes podem comprar mercadorias de

²⁰ Da rua Francisco Tolentino

melhor qualidade, não tão boas quanto as do comércio formal, mas melhores que as demais oferecidas pelos demais camelôs da cidade, que, pelo capital reduzido, adquirem mercadorias inferiores, ou às vezes de igual qualidade.

Portanto, é conveniente frisar que muitos destes camelôs espalhados, como os da rua Conselheiro Mafra, não se especializam em uma única linha de produtos, ou seja, um único camelô deste pode vender rádio, roupa, perfume, cristal etc., o que já não ocorre com os da rua Francisco Tolentino que geralmente se especializam em uma linha determinada de produtos.

Os camelôs dos demais pontos da cidade enfrentam ainda o “corre-corre” dos fiscais pois a área é ilegal para o comércio que praticam, e o que existe é a chamada “vista grossa”, pois sabem que existe a necessidade do comércio informal para a sustentação dos que dele necessitam, mas nem sempre esta “vista grossa” existe e os produtos são apreendidos, assim como batidas são efetuadas a pedido dos comerciantes formais locais por motivo destes muitas vezes estarem comercializando produtos que estão oferecendo e absorvendo seus clientes, sendo a solução, para eles a retaliação.

Assim, os comerciantes camelôs que não possuem tantos custos quanto outros, podem reduzir suas margens de lucro em determinadas épocas do ano, como festas, com o intuito de excluir o camelô de outras partes da cidade, o que dificilmente acontece. As classes menos favorecidas, nesta época, sempre procuram satisfazer suas necessidades e procuram o mais barato a fim de comprar mais com o menor gasto possível e com o dinheiro de que dispõem para fazê-lo. Os comerciantes camelôs reduzem suas margens de lucro mas sempre com o intuito de vender a sua mercadoria sem ter prejuízo e almejar pelo menos o menor lucro, ou seja, nunca vender para se livrar da mercadoria que não obteve saída; o que pode ocorrer é vender pelo preço que comprou.

Já uma mercadoria nova, não para o comerciante formal, mas sim para o comerciante informal assume a seguinte característica: quando o camelô observa que um determinado produto novo ou inovador está sendo comercializado com sucesso no comércio formal e está sendo bem aceito pelos compradores este procura comercializá-lo comprando um pequeno lote do produto e o colocando à venda por um preço abaixo do comerciante formal. Se este produto novo ou inovador obtiver uma boa aceitação no preço e

qualidade estabelecido, com certeza este continuará a comercializá-lo, caso contrário poderá baixar o preço se possível, ou deixar de comercializá-lo ou, ainda cair no caso de trocá-lo por um substituto ao produto novo ou inovador que atenda às mesmos requisitos. Contudo, cairá sempre nas questões de garantia e qualidade.

No que se refere à comercialização entre os camelôs do camelódromo ocorre o seguinte: se os demais camelôs, tanto no mesmo corredor como de corredores diferentes, perceberem que o produto novo ou inovador introduzido na comercialização por um camelô obteve sucesso tanto de venda como de aceitação, assim como no comércio formal, estes, sem sombra de dúvida passarão também a comercializá-lo e a praticar preços sob as formas antes expostas, ou seja, adotar-se-á um preço por consenso dentro de cada corredor individualmente a fim de competir com os demais corredores com o intuito de atrair a clientela dos demais.

Por último a relação dos camelôs do camelódromo com os demais da cidade, acontece da seguinte maneira: o que o camelódromo comercializar estes também comercializarão. Contudo, o comprador, geralmente, prefere comprar no camelódromo pelo fato de ser “mais garantido”.²¹

Em suma, a falta de um melhor conhecimento na formação do preço das mercadorias e do funcionamento do mercado faz com que os camelôs formem os seus preços de acordo com o comércio formal, onde este, forma os preços de suas mercadorias de acordo com o andamento, inflacionário ou deflacionário, da economia. Indiretamente, os camelôs também o fazem só que de maneira indireta, ou seja, sempre dependem, em termos, do comércio e da sua formação de preço. Por vezes os camelôs gostariam de formar seus preços de uma outra maneira, que poderia lhes ser mais conveniente, só que neste caso o comércio dos camelôs pode ser dito como subordinado ao comércio formal existente na cidade, tanto em concorrência, quanto em preço.

²¹ Este termo “mais garantido” deve-se a experiência do local em termos de comercialização das mercadorias e não ser tão visado como os demais pelos agentes fiscais, ou a reputação de honestidade de um determinado camelô ao qual o comprador sempre efetua suas compras.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSÕES

O crescimento das atividades informais é um fenômeno típico de economia instável²² e vai-se para estas atividades informais por inexistência de outras opções nas atividades formais, ou para complementar a renda familiar.

Deste modo, a origem do setor informal estaria nas diferenças salariais e de emprego, ou do excedente de mão-de-obra que migram da zonas rurais em épocas de sazonalidade, ou o emprego do excedente de mão-de-obra que não tem acesso as formas formais de trabalho, ou ainda devido ao excesso de intervenção e burocratização governamental. São estes tipos de origens, que caracterizam o setor informal, que o diferenciam do formal na sua legalidade e na ocupação de espaços econômicos.

Quanto as relações entre ambos os setores detectou-se a clara subordinação do setor informal em relação ao formal, o setor informal depende da produção capitalista e dos espaços criados e não ocupados por essa produção. É neste espaços espaços criados que se situa o setor informal.

Pode-se concluir que existe dentro de cada estrutura de mercado uma dinâmica entre as empresas, sejam elas pequenas, médias ou grandes, que efetuem uma concorrência perfeita, monopolística, oligopólio ou monopólio, de reagirem de maneiras diferentes às decisões de cada uma com relação as estratégias de mercado que cada uma adota. A reação às decisões difere em importância, ou seja, quanto mais importante for uma decisão dentro de uma estrutura de mercado maior será a reação. Por exemplo, uma decisão de uma empresa dentro de uma estrutura oligopólica será bem mais avaliada do que na concorrência perfeita devido ao tipo de mercadoria e mercado ao qual esta está atuando e assim sucessivamente para as demais relações.

²² Entenda-se que o crescimento das atividades informais em economias instáveis refere-se no primeiro plano a países subdesenvolvidos ou em vias de desenvolvimento, contudo, países desenvolvidos possuem economias mais estáveis mas há também o crescimento das atividades informais só que o crescimento não se procede tão rápido quanto numa economia instável.

No que refere-se a concorrência e formação de preço no camelódromo de Florianópolis, tem-se que para a concorrência que estes praticam, que se aproxima de uma concorrência perfeita e uma concorrência monopolística, há uma formação de preço que é feita levando-se em consideração as características de cada mercadoria comercializada e contra que se está concorrendo²³.

Deste modo, o camelô ao fixar o preço de sua mercadoria fica a espera do cliente que terá que optar entre o seu produto e os demais ofertados pelos concorrentes, levando em conta a garantia, preço, modelo, marca, produtos substitutos ou não.

Finalmente, conclui-se que um país onde o orçamento e a distribuição de renda é feita de uma maneira bem administrada tem-se um mercado informal pequeno mas não é só o orçamento e a distribuição de renda que matam a informalidade. É preciso que o país providencie para que seja vantajoso andar dentro das regras e seja arriscado demais correr fora delas. Muitas tendem a continuar na clandestinidade qualquer que seja o meio ambiente em que estão. Outras só não são atraídas para a informalidade porque do ponto de vista dos interessados não vale a pena. Os impostos em excesso, a fiscalização ineficiente, a corrupção e a burocracia estimulam a evasão. O mau uso da renda pública também é apresentado como justificativa num país em que hospital gratuito parece açougue, aposentadoria é piada e escola oficial dá ensino ruim, quando não está em greve. Enquanto o Brasil não resolver esses problemas haverá atividades subterrâneas por toda a parte.

²³ Entre os camelôs do camelódromo com os comerciantes formais, entre os camelôs do camelódromo e os demais existentes na cidade e, entre os camelôs do camelódromo propriamente dito.

BIBLIOGRAFIA

- AZEVEDO, Beatriz R. Zago, Setor informal: Alguns mitos, 2o. Trimestre de 1989. Indicadores Econômicos FEE, Porto Alegre, RS, v.17, n.2, set 1989.
- CACCIAMALLI, Maria C. Expansão do Mercado de Trabalho Não Regulamentado e Setor Informal no Brasil. Estudos Econômicos, IPE, São Paulo, v.19, n.especial, 1989.
- , A Economia Informal 20 anos depois. Indicadores FEE, Porto alegre, v.21, n.4, p.217-231, 1994.
- CARNEIRO, Francisco G. Intervenção Estatal, Expectativas e Economia Informal. Anais do XVIII Encontro Nacional de Economia, ANPEC, Brasília, p. 815-829, dez., 1990.
- CARTAYA, Vanessa, El Confuso Mundo del Sector Informal. Nueva Sociedad, Venezuela, n.90, p.76-88, jul/ago 1987.
- CAVANCANTI, Clóvis. Economia Oculta, pequena produção, mercado informal ou circuito inferior: tentativa de precisar um conceito para o setor informal. Ciência e Cultura, n.39, mai/jun,1987.
- CUNHA, Paulo Vieira da. A Organização dos Mercados de Trabalhos: Três Conceitos Alternativos. Revista de Administração de Empresas. Rio de Janeiro, FGV, v.19, n.1, p.29-46, 1979.
- ELSTER, Jon. Ulysses and the Sirens. Studies in rationality and irrationality, ed 2. New York, Cambridge University Press, Paris, Editions de la Maison Des Sciences de L'Homme, 1988.
- , Marx Hoje, tradução de Plínio Dentzien, Editora Paz e Terra, Rio de Janeiro, (original em inglês, 1986 : An Introduction to Karl Marx: Cambridge University Press),1989.
- , Tuercas y Tornillos. Una introducción a los conceptos básicos de las ciencias sociales, tradução de Antonio Bonanno, ed.2 (ed.1 Barcelona, Espanha 1990), Gedisa Editorial, Barcelona, Espanha, (original em Inglês, 1989: Nuts and Bolts : Press Syndicate of the University of Cambridge), 1991.
- GELINSKI, Carmem R.O.G., Setor Informal: opção de vida ou estratégia de sobrevivência?. Roteiro, Revista da Unoesc, Campus de Joaçaba, v.XIV, n.29, jan/jun 1993.

- , A questão do emprego e as atividades informais na teoria neoclássica, keynesiana e marxista. Roteiro, Revista da Unoesc, Campus de Joaçaba, v. XIV, n.30, jul/dez 1993.
- HART, Keith. Small-Scale Entrepreneus in Ghana and Development Planning. Journal Of Development Studies, v.6, n.4, 1970.
- KOWARICK, Lúcio. Capitalismo e Marginalidade na América Latina, ed. 4.Paz e Terra, Rio de Janeiro, 1985.
- ORTIZ GUTIERREZ, Carmem Rosário Os vendedores ambulantes na Bolívia: O Comércio do Mercado “La Ramada”. UFRGS, Dissertação de Mestrado em Economia, Porto Alegre, 1992.
- PINDYCK, Roberto S., RUBENFELD, Daniel. Microeconomia. São Paulo, Makron Books do Brasil Ltda, 1994.
- REZENDE, Ubiratan. Economia Formal e Informal. Boletim Conjuntural. Florianópolis, v.3, n.1, p.110-119, mar.1980.
- ROSSETTI, José Paschoal. Introdução à Economia. São Paulo, Atlas, 1990.
- SOUZA, Paulo Renato de. Emprego, Salários e Pobreza. Editora Hucitec/Funcamp, Campinas, SP, 1980
- TOKMAN, Víctor E. El Sector Informal: quinze años después. El Trimestre Económico, México, v. XLII, n. 215, p.513-530, ene./mar., 1987.
- VASCONCELLOS, Eliane Julie Godoy de. Trabalhadores Informais : O Sentido de sua Escolha de Trabalho. Dissertação de Mestrado em Sociologia Política, UFSC, 1994.
- VOLPATO, Maricília. Alternativas de Geração de Renda na Economia Informal : Um Estudo de caso. Centro de Profissionalização Popular- CPP, Florianópolis, UFSC, Centro Sócio Econômico, Departamento de Economia, Monografia de conclusão do Curso de Economia, 1995.

AVALIAÇÃO DA MONOGRAFIA

1) PARTE ESCRITA

1.1) CONTEÚDO

a) Objeto do Estudo - (na área econômico) :

Até que ponto a delimitação dos objetos permitiu que seus propósitos fossem alcançados.

NOTA : 0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10. |0,5|

b) Metodologia:

A metodologia utilizada foi apropriada para alcançar os objetivos.

NOTA : 0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10. |0,5|

c) Corpo do Trabalho :

O desenvolvimento teórico, analítico, de resultado e de conclusão foram sistematizados de maneira a possibilitar o atingimento dos objetivos. A bibliografia é utilizada.

NOTA : 0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10. |0,5|

Ítem 1.1) Média (a + b + c) / 3 = _____ x 5,0 (peso) = _____

1.2) ESTILO E FORMA DE APRESENTAÇÃO

a) A redação foi clara, a linguagem precisa, as idéias foram apresentadas com lógica e continuidade, o uso da terceira pessoa do singular e da voz passiva foram seguidos no texto.

NOTA : 0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10. |0,5|

b) As tabelas, quadros, fuguras, citações bibliográficas, notas de rodapé, números, abreviaturas, anexos, referências bibliográficas, etc., seguiram as normas técnicas.

NOTA : 0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10. |0,5|

Ítem 1.2) Média (a + b) / 2 = _____ x 2,0 (peso) = _____

2) PARTE ORAL

O conteúdo da exposição e da arguição, a postura, a gesticulação, a linguagem, os recursos didáticos e audiovisuais, desenvolvidos ou apresentados durante a defesa oral, foram satisfatórios.

NOTA : 0 / 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10. |0,5| x 3,0 (peso) = _____

NOTA FINAL : 1) PARTE ESCRITA - ítem 1.1) = _____

- ítem 1.2) = _____

2) PARTE ORAL _____ = _____

Soma(Partes 1 + 2) = _____

Soma/10 (Nota Final) = _____

Comissão de Avaliação

1. (Presidente) Profa. Carmen Rosário Ortiz Gutierrez Gelinski

Ass. _____

2. (Membro) Prof.

Ass. _____

3. (Membro) Prof.

Ass. _____

(Nome do Aluno) : Hilário Noldin Filho

Data de Defesa : ____/12/95

PARECER DA BANCA : (Aspéctos Positivos e Negativos da Monografia)
