



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO

HALLYSSON KAUÃ NASCIMENTO DE OLIVEIRA

**O COMÉRCIO INFORMAL AMBULANTE:
mapeamento do processo de fabricação e venda de tapioca na cidade do Recife**

Recife
2018

HALLYSSON KAUÃ NASCIMENTO DE OLIVEIRA

**O COMÉRCIO INFORMAL AMBULANTE:
mapeamento do processo de fabricação e venda de tapioca na cidade do Recife**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Gestão da Informação, do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Gestão da Informação.

Orientadora: Profa. Dra. Nadi Helena Presser.

Recife

2018

Catálogo na fonte
Bibliotecária Jéssica Pereira de Oliveira, CRB-4/2223

O48c	<p>Oliveira, Hallysson Kauã Nascimento de O comércio informal ambulante: mapeamento do processo de fabricação e venda de tapioca na cidade do Recife / Hallysson Kauã Nascimento de Oliveira. – Recife, 2018. 80f.: il.</p> <p>Orientadora: Nadi Helena Presser. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Departamento de Ciência da Informação. Curso de Gestão da Informação, 2018.</p> <p>Inclui referências.</p> <p>1. Setor informal. 2. Vendedor ambulante. 3. Produção e venda de tapioca. 4. Gestão da Informação. 5. Gestão de Processos. I. Presser, Nadi Helena (Orientadora). II. Título.</p> <p>020 CDD (22. ed.)</p>	UFPE (CAC 2019-09)
------	---	--------------------

HALLYSSON KAUÃ NASCIMENTO DE OLIVEIRA

**O COMÉRCIO INFORMAL AMBULANTE:
mapeamento do processo de fabricação e venda de tapioca na cidade do Recife**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Gestão da Informação, do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Gestão da Informação.

Aprovado em: 06/12/2018.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Nadi Helena Presser (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco – DCI

Prof. Dr. André Anderson Cavalcante Felipe (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco – DCI

Profa. Dra. Ana Cristina Fernandes (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco – DCG

Alejandro Caballero Rivero (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco – PPGCI

Dedico este trabalho de conclusão de curso à minha mãe, Angela Maria França do Nascimento, que sempre teve o sonho de me ver formado em uma Universidade. Hoje, sou capaz de tornar esse sonho uma realidade. Mãe, sem o seu apoio e incentivo eu não teria chegado até aqui. Agradeço também à professora e minha orientadora, Dra. Nadi Helena Presser, pelo apoio e pela paciência que tornaram possível a conclusão deste estudo.

RESUMO

De um modo geral, o setor informal diz respeito a um conjunto de atividades, nas quais os trabalhadores resolvem seus problemas de sobrevivência. O objeto deste estudo são os processos de produção e venda da tapioca que conforma o comércio informal de produção, venda e consumo de alimentos de rua. Foram entrevistados dois vendedores atuantes em pontos distintos na cidade do Recife. Uma, vendedora ambulante que atua há 18 anos no bairro do Ibura e outro, vendedor que atua há pouco mais de cinco anos no centro do Recife. Assim, a informalidade é analisada a partir das atividades do comércio e serviços nos espaços públicos de Recife, privilegiando, sobretudo, os vendedores ambulantes ou “camelôs”, como são popularmente conhecidos. Com base no exposto, estabeleceu o seguinte questionamento: ‘como opera o processo de produção e venda de tapiocas no setor informal ambulante de Recife?’. No seu objetivo geral, analisa o processo de produção e venda de tapiocas no âmbito do arcabouço teórico metodológico da gestão de processos e da gestão da informação, como uma atividade inserida no comércio informal de Recife. Mais especificamente, mapeia o fluxo informacional de dois processos de produção e venda de tapioca com auxílio de plataforma específica para modelagem de processos; identifica as informações produzidas inerentes aos processos; demonstra como o uso dessas informações poderiam contribuir como recurso de gestão dos processos de produção e venda de tapioca. Como resultado, o estudo constatou que os dois vendedores aqui entrevistados já são empreendedores e já usam informações, todavia tantas outras informações relevantes para a gestão de cada subprocesso sequer são percebidas e tampouco registradas. Nas etapas iniciais dos contatos com os vendedores 1 e 2, identificou-se duas pessoas atuando, sem nenhuma organização formal de seu trabalho. Mas, na medida em que se avançou na pesquisa e seus processos de trabalho foram estruturados, constatou-se que no setor informal também há um complexo fluxo de informações, ainda que não explícito. Mesmo que apenas como um exercício teórico, este estudo demonstrou como o uso dessas informações podem contribuir como recurso de gestão dos processos de produção e venda de tapioca.

Palavras-chave: Setor Informal. Vendedor Ambulante. Produção e Venda de Tapioca. Gestão da Informação. Gestão de Processos.

ABSTRACT

In general, the informal sector refers to a set of activities in which workers solve their survival problems. The purpose of this study is the production and sale of tapioca, which forms the informal trade in the production, sale and consumption of street food. We interviewed two salespeople working in different locations in the city of Recife. One, a street hawker who has been operating for 18 years in the Ibura neighborhood and another, a street hawker who has been working for more than five years in the center of Recife. Thus, informality is analyzed from the activities of commerce and services in the public spaces of Recife, privileging, above all, the street vendors or "camelôs", as they are popularly known. Based on the above, it established the following question: 'How does the process of production and sale of tapiocas in the informal sector of Recife?'. In its general objective, it analyzes the process of production and sale of tapiocas in the scope of the theoretical methodological framework of process management and information management, as an activity inserted in the informal commerce of Recife. More specifically, it maps the informational flow of two processes of production and sale of tapioca with the aid of a specific platform for process modeling; identifies information produced in processes; demonstrates how the use of this information could contribute as a management resource for the production and sale of tapioca. As a result, the study found that the two vendors interviewed here are already entrepreneurs and already use information, but so many other information relevant to the management of each subprocess are neither perceived nor recorded. In the initial stages of contacts with salespeople 1 and 2, two people were identified, with no formal organization of their work. But as the research progressed and its work processes were structured, it was found that in the informal sector there is also a complex flow of information, although not explicit. Even if only as a theoretical exercise, this study demonstrated how the use of this information can contribute as a management resource for the production and sale of tapioca.

Keywords: Informal Sector. Hawker. Production and Sale of Tapioca. Information Management. Process Management.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Configuração informal versus economia informal.....	11
Quadro 1 – Notação BPMN utilizada na modelagem dos processos	44
Figura 2 – Macroprocesso de produção e venda de tapioca da vendedora 1.....	46
Figura 3 – Subprocesso de aquisição de materiais da vendedora 1.....	47
Figura 4 – Subprocesso de preparo da goma de mandioca da vendedora 1	49
Figura 5 – Subprocesso do preparo dos base da vendedora 1	51
Figura 6 – Subprocesso do preparo do recheio doce da vendedora 1.....	52
Figura 7 – Subprocesso dos recheios salgados da vendedora 1	52
Figura 8 – Subprocesso montagem da tapioca da vendedora 1	53
Figura 9 – Subprocesso de venda das tapiocas da vendedora 1	54
Figura 10 – Macroprocesso de produção e venda de tapioca do vendedor 2	56
Figura 11 – Subprocesso de aquisição de materiais do vendedor 2	57
Figura 12 – Subprocesso preparo da goma de mandioca do vendedor 2	58
Figura 13 – Subprocesso do recheio de base do vendedor 2	60
Figura 14 – Subprocesso de recheios doces do vendedor 2	61
Figura 15 – Subprocesso dos recheios salgados da tapioca do vendedor 2.....	63
Figura 16 – Subprocesso de montagem e venda das tapiocas do vendedor 2	64
Figura 17 – Macroprocessos de produção e venda de tapioca dos vendedores 1 e 2 (destaque nos subprocessos de aquisição de material e venda das tapiocas).....	67
Quadro 2 – Dados produzidos no subprocesso "adquirir materiais e "vender tapioca".....	68
Quadro 3 – Uso das informações produzidas no processo de produção e venda da tapioca....	69

LISTA DE SIGLAS

ABPMP	Association of Business Process Management Professionals
BPM	Business Process Management
BPMN	Business Process Model and Anotation
CBOK	Common Body of Knowledge
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
OIT	Organização Internacional do Trabalho
PREALC	Programa de Empleo para a América Latina e o Caribe
TCC	Trabalho de Conclusão de Curso
UNRISD	United Nations Research Institute for Social Develoment

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1. OBJETO DE ESTUDO E LOCUS DE ANÁLISE	12
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA	13
1.3 OBJETIVOS	14
1.3.1 <i>Objetivo geral</i>	14
1.3.2 <i>Objetivos específicos</i>	14
1.4 JUSTIFICATIVA E CONTRIBUIÇÃO DA PESQUISA.....	14
1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO	15
2 REVISÃO TEÓRICA	16
2.1 O TRABALHO INFORMAL.....	16
2.1.1 <i>A velha informalidade</i>	17
2.1.2 <i>A economia informal</i>	25
2.2 O COMÉRCIO AMBULANTE	27
2.3 A GESTÃO DA INFORMAÇÃO NO GERENCIAMENTO DE PROCESSOS.....	35
2.3.1 <i>A Gestão e o mapeamento de processos</i>	36
2.3.2 <i>Fluxograma de processos</i>	39
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	41
3.1 FERRAMENTA PARA ANÁLISE DOS DADOS.....	42
4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS	46
4.1 O PROCESSO DE PRODUÇÃO E VENDA DE TAPIOCA DA VENDEDORA 1	46
4.2 O PROCESSO DE PRODUÇÃO E VENDA DE TAPIOCA DO VENDEDOR 2.....	56
4.3 AS INFORMAÇÕES PRODUZIDAS NA EXECUÇÃO DOS PROCESSOS 1 E 2.....	66
4.4 O USO DA INFORMAÇÃO COMO RECURSO DE GESTÃO DOS PROCESSOS DE PRODUÇÃO E VENDA DA TAPIOCA.....	68
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
REFERÊNCIAS	75

1 INTRODUÇÃO

Neste estudo usamos a expressão setor informal em vez de economia informal, em parte, para que possamos nos limitar a um importante ramo de estudos da economia informal que é o comércio informal de produção e venda de tapioca. Contudo, o setor informal não pode ser plenamente explicitado numa definição precisa. De um modo geral, trata-se de um conjunto de atividades, nas quais os trabalhadores, em geral destituídos socialmente, resolvem seus problemas de sobrevivência, com grande evidência empírica (MARTINS; DOMBROWSKI, 2000a; 2000b).

A economia informal é geralmente definida como atividades econômicas fora da regulamentação governamental e, por sua vez, inclui dois elementos: as empresas no setor informal e o emprego informal em empresas formais (COZZENS; SUTZ, 2012). Como será discutido posteriormente na revisão teórica, os setores formal e informal representam um contínuo de atividades inter-relacionadas em vez de esferas separadas.

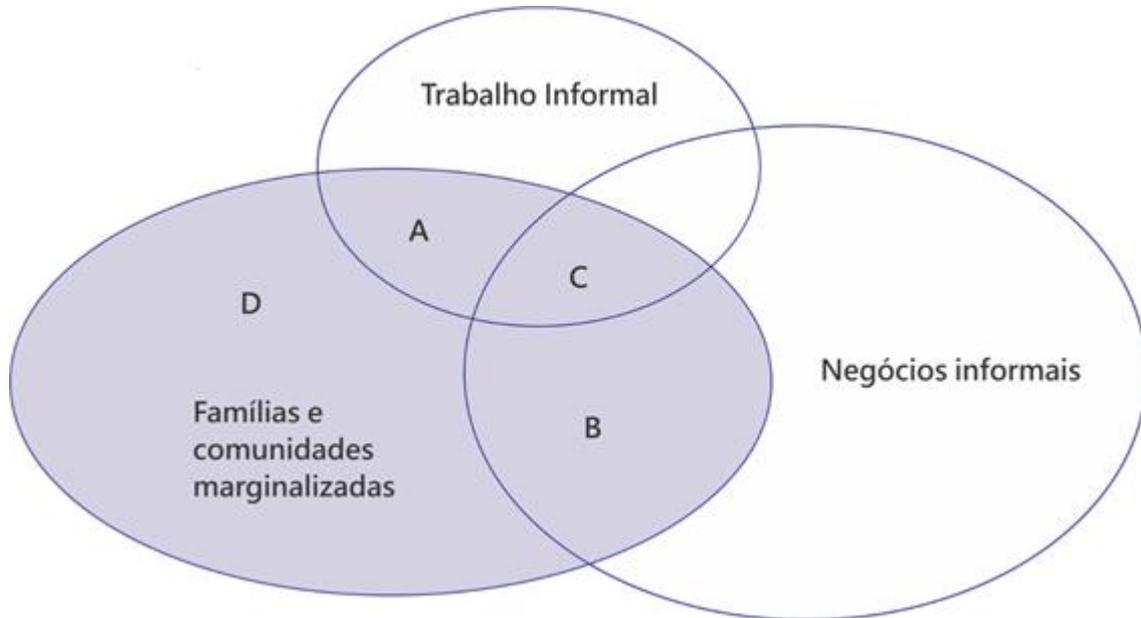
O comércio de produção e venda de tapioca é, assim, parte da economia informal, definido pela ausência de regulação por instituições sociais que regem as atividades similares legalizadas. Considera-se, entretanto, que a ausência de regulação institucional na economia informal afeta os trabalhadores e o próprio processo de trabalho. As condições de trabalho, no contexto da não regulamentação, são as piores, pois nelas não se observam as determinações legais quanto à saúde pública, higiene, segurança no trabalho, beneficiado pela legislação trabalhista (COZZENS; SUTZ, 2012). Assim, o setor informal não é um fenômeno marginal, senão que é um processo econômico, social e político no interior da sociedade.

Dentro do conceito de economia informal de produção e venda de tapioca está a área de pesquisa que tentaremos definir nesta pesquisa. O comércio informal de produção e venda de tapioca são os lugares onde as pessoas que vivem à margem da economia formal vivem e trabalham. Existe uma sobreposição com a economia informal, mas os dois conceitos não são idênticos, como se lê na Figura 1.

Por exemplo, não está incluído o emprego informal, como os programadores de computação que fazem um segundo trabalho como consultores (o que aparece na área de trabalho informal na **Figura 1**, mas fora das famílias e comunidades marginalizadas, área sombreada). Também estão excluídas as empresas informais, cujos proprietários estão acima da linha de pobreza (novamente fora da área sombreada da **Figura 1**). Em vez disso, nos concentramos nas partes da economia informal que se cruzam com a vida das famílias e

comunidades marginalizadas: Área A (trabalhos informais com negócios formais), Área B (trabalhos formais com negócios informais) e Área C (trabalhos informais com negócios informais). A área D aponta a inovação para as famílias ou comunidades marginalizadas.

Figura 1 - Configuração informal *versus* economia informal



Fonte: (COZZENS; SUTZ, 2012, p. 12, tradução nossa).

Segundo Cozzens e Sutz (2012), o conceito de economia informal vem emergindo desde a observação das economias africanas na década de 1970, com as teorias de Hart (1973). A Organização Internacional do Trabalho (OIT) primeiro usou o termo setor informal em 1972 para descrever as atividades dos trabalhadores pobres que estavam trabalhando, mas que não eram reconhecidos, registrados, protegidos ou regulamentados pelas autoridades públicas. Com a teoria da modernização em pleno andamento, o “setor informal” da época parecia um fenômeno temporário, destinado a desaparecer à medida que mais e mais países subiam a escada da industrialização. Portanto, foi uma surpresa quando, na década de 1980, observadores notaram que o setor não estava encolhendo, mas sim crescendo (COZZENS; SUTZ, 2012).

Portes, Castells et al. (1989) reuniram uma variedade de estudos no Norte e no Sul do planeta que demonstraram o caráter dinâmico dessa atividade econômica, como uma característica central: não está regulada pelas instituições da sociedade em um ambiente legal e social em que atividades similares são reguladas.

No processo deste estudo, identificam-se três abordagens principais para o fenômeno da informalidade:

a) A velha informalidade que, na concepção de Noronha (2003), tem como melhor exemplo encontrado nos trabalhos de Hoffmann (1980). Mas, estudos de Noronha (2003) concluíram que praticamente todos os sociólogos e economistas que trabalharam com o tema tomaram o subemprego como um importante componente da informalidade. Trata-se de um ponto de vista na qual a informalidade deriva da condição de um país em desenvolvimento e frequentemente classifica o trabalho informal como subemprego. “Visa a explicar a “informalidade” de uma economia em transição, que gera desempregados, subempregados ou empregados “informais” nos centros urbanos industrializados, muitos deles recém migrados de áreas rurais.” (NORONHA, 2003, p. 119).

b) A informalidade neoclássica considera o trabalho informal como resultado natural da busca por maximização de lucros por empresas em países com extensivo código de trabalho e elevado custo indireto da folha salarial, sobretudo em momentos de aumento da competição internacional por mercados (NORONHA, 2003). Segundo esse autor, Pastore (1994) é o mais citado entre os economistas críticos da legislação do trabalho.

c) A nova informalidade, que, segundo Noronha (2003), resulta de mudanças nos processos de trabalho, novas concepções gerenciais e organizacionais e novos tipos de trabalho, os quais não exigem tempo nem locais fixos. Em outras palavras, a nova informalidade representa uma mudança estrutural nos padrões de trabalho.

Neste estudo nos concentramos na velha informalidade, pois acreditamos que ela explica melhor a realidade da formação do setor informal no Brasil, e, especificamente, em Recife.

1.1. OBJETO DE ESTUDO E *LOCUS* DE ANÁLISE

O objeto deste estudo são os dois processos de produção e venda da tapioca que conforma o comércio informal de produção, venda e consumo de alimentos de rua, que foram objeto de descrição e mapeamento. Foram entrevistados dois vendedores atuantes em pontos distintos na cidade do Recife. Uma, vendedora ambulante há 18 anos no bairro do Ibura e outro, vendedor há pouco mais de 05 anos no centro do Recife.

A informalidade é analisada a partir das atividades do comércio e serviços nos espaços públicos de Recife, privilegiando, sobretudo, os vendedores ambulantes ou “camelôs”, como são também popularmente conhecidos.

Uma característica do comércio informal de produção e venda de tapioca é que ele se concentra diretamente nos vendedores ambulantes como um grupo ocupacional, inserido em um grupo agregado maior, o setor informal. O comércio ambulante é simplesmente o comércio de bens e serviços realizado em ruas e outros espaços públicos relacionados, como praças, avenidas e estações de metrô ou ônibus. O comércio ambulante pode ser praticada em período integral, meio período, sazonal ou ocasionalmente. Pode ser fixo, ocasionalmente móvel ou quase continuamente móvel, e pode operar a qualquer hora do dia ou da noite.

Em um estudo, Bromley (2000) constatou que na maioria dos países africanos, asiáticos e latino-americanos, as autoridades urbanas e as elites reclamam há muito tempo que o comércio ambulante é um grande problema em suas cidades. “Os vendedores de rua são descritos como gafanhotos, que vêm em “epidemias”, “rebanhos” e “dilúvios”, e a cidade é descrita como sendo invadida e asfixiada.” (BROMLEY, 2000, p. 10). Ainda segundo esse autor, inúmeros comentários da mídia desses países afirmam que a venda ambulante está crescendo a um ritmo tremendo, e isso reflete alguma mudança estrutural ou defeito na economia como um todo.

Como veremos na discussão teórica deste estudo, o suposto aumento rápido do comércio ambulante é atribuído a causas como “a crise econômica”, “subemprego em massa”, “migração excessiva das áreas rurais” e “o crescimento do setor informal”. Nas análises de Bromley (2000), essas afirmações são feitas repetidamente, embora pouca informação histórica está disponível sobre quantos vendedores ambulantes havia em períodos anteriores, e muito poucos censos de vendedores de rua foram concluídos em qualquer parte do mundo. “Na verdade, na maioria dos países, há pouca compreensão se o número de vendedores ambulantes está crescendo mais rápido do que a população urbana como um todo, ou se o número deles cresce mais rápido em períodos de boom econômico ou crise.” (BROMLEY, 2000, p. 10, tradução nossa).

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Com base no exposto, o seguinte problema foi apresentado para estudo:

Como opera o processo de produção e venda de tapiocas no comércio informal de Recife?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo geral

Mapear o processo de fabricação e venda de tapioca no comércio informal ambulante da cidade de Recife.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Elaborar o fluxo dos processos de produção e venda de tapioca com auxílio de plataforma específica para modelagem de processos;
- b) Identificar as informações produzidas inerentes aos processos;
- c) Demonstrar como o uso dessas informações poderiam contribuir como recurso de gestão dos processos de produção e venda de tapioca.

1.4 JUSTIFICATIVA E CONTRIBUIÇÃO DA PESQUISA

O tema relativo ao setor informal já recebeu muita atenção na literatura, mas há muito mais trabalho a ser feito no campo da Ciência da Informação e, especialmente, na área da Gestão da Informação.

A Gestão da Informação está crescendo e galgando cada vez mais importância nas organizações atuantes nas diversas áreas do mercado profissional. Considerada como uma conjuntura de estratégias que são objetivadas à atender as necessidades informacionais do usuário da maneira mais satisfatória possível, a Gestão da Informação caracteriza-se pela contribuição no gerenciamento de processos de uma organização, na identificação das áreas com oportunidade de melhoria, no fornecimento do conjunto de dados para a tomada de decisão e para definir metas de aperfeiçoamento, na avaliação e gerenciamento de rotinas e resultados.

Porém, em sua totalidade, a gestão da informação é direcionada apenas às empresas ou instituições que estão estabelecidas no que é considerado como modo “formal” da economia. É raro existir estudos de gestão informacional oriundos a partir de atividades da economia informal. E quando se trata do comércio ambulante, essa probabilidade é quase nula.

Neste estudo, o desafio é apontar as informações inseridas no processo de produção de tapioca, principalmente por se tratar de um ramo do mercado onde não existe uma estruturação formal das atividades, muito menos registros desses processos e onde o conhecimento tácito é relevante em sua execução.

Embora esse não seja o objetivo direto, a contribuição desta pesquisa está na sua inspiração de potencializar o conhecimento acerca do mercado informal e na criação de inovações inclusivas para atender a produção de empreendedores populares de baixa renda e assim propiciar o desenvolvimento de soluções para os problemas e necessidades vividos por este grupo social.

Este trabalho mostra como a atuação do Gestor da Informação pode contribuir no sentido de representar e explicitar o conhecimento tácito intrínseco nesta parcela do mercado informal e como é possível estruturar os processos de uma atividade, mediante exame de seu fluxo informacional.

1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

Inicia com a introdução, na qual delimita-se o tema deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), o objeto de estudo, objetivos e a justificativa. A próxima seção relativa à revisão teórica, aborda a temática do trabalho informal, com ênfase na velha informalidade e na economia informal, o comércio ambulante, e finalmente, a gestão da informação no gerenciamento de processos. Na seção relativa aos procedimentos metodológicos são delineados o design da pesquisa e, posteriormente, são apresentados os procedimentos de coleta dos dados e de análise dos resultados. Em seguida, a seção de resultados e análises, tenta responder aos objetivos da pesquisa. Segue-se com as considerações finais, as quais se constituem de uma síntese do próprio autor deste TCC. As referências utilizadas estão arroladas na última parte do documento.

2 REVISÃO TEÓRICA

Conforme explicam Silva e Menezes (2005), a revisão teórica refere-se à fundamentação que será adotada para tratar o tema e o problema de pesquisa. Por meio da análise da literatura publicada é traçado um quadro teórico e apresentado a estruturação conceitual que deu sustentação ao desenvolvimento da pesquisa. A revisão teórica resulta do processo de levantamento e análise do que já foi publicado sobre o tema de pesquisa.

Inicialmente, sob o tema “trabalho informal”, o debate gira em torno das origens da informalidade. O texto dá destaque à velha informalidade, especialmente como a dinâmica capitalista determina o espaço econômico para a atividade informal.

Em seguida, sob o tema “comércio ambulante”, é fornecida uma visão geral contemporânea sobre as vendas ambulantes em todo o mundo, e, sendo um fenômeno, enfoca os principais problemas subjacentes à sua permanência, e as atitudes ambivalentes exibidas sobre ele por governos e unidades comerciais fora da rua. Concentra-se em vendedores de rua como grupo ocupacional e inclui argumentos a favor e contra sua existência, o impacto de sua localização geográfica e econômica e o papel do governo nesse cenário.

Para finalizar, o tema “gestão da informação no gerenciamento de processos” enfatiza como os mais diversos fluxos informacionais inerentes a um processo de produção e venda de tapioca produzem, disseminam e usam informações, mesmo que de um modo altamente informal.

2.1 O TRABALHO INFORMAL

O trabalho clássico da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre a situação econômica do Quênia e Gana (HURT, 1973; OIT, 1972), contém pela primeira vez, uma análise descritiva de um novo setor de atividade econômica, até então não captado pela literatura econômica, que foi denominado pela OIT (1972) como "setor informal urbano". Segundo Souza (1985) é a partir desses trabalhos que se difundiram os termos setor informal e mercado informal de trabalho, dando início à produção da literatura sobre o tema.

Segundo Tomazini (1995), o que norteava os técnicos da OIT era o fato, bastante evidente na época, de que

em países atrasados ou em desenvolvimento, o crescimento econômico verificado no pós-guerra não fôra suficiente para gerar os empregos necessários e ao mesmo tempo melhorar as condições sociais de vastas camadas populacionais que continuaram a viver em condições de pobreza e marginalidade social (TOMAZINI, 1995, p. 1).

Mas, no âmbito do Programa Regional de Emprego para América Latina e Caribe (PREALC), segundo Souza (1985), a explicação para o processo que gerava a subutilização da força de trabalho na América Latina era resultado da conjunção da dinâmica dos fluxos migratórios. Mais precisamente, as migrações campo-cidade obedeciam tanto aos movimentos de expulsão (crescimento da população rural e redefinição dos espaços urbanos) quanto de atração. Alguns estudos, como os de Harris e Todaro (1970), explicavam que o fluxo migratório tinha como um de seus determinantes o fato de a renda média da mão de obra pouco qualificada inserida no setor informal urbano, ser superior àquela que os migrantes podiam receber no meio rural.

De modo geral, até os anos de 1970, compreendeu-se que o mercado informal em países desenvolvidos ou em desenvolvimento foi originário principalmente pelas poucas ofertas de trabalho, decorrente de grandes processos migratórios e significativos crescimentos demográficos, levando essas sociedades a uma urbanização desorganizada. O termo “informal” segundo autores analisados como Jatobá (1986) e Cacciamalli (1983) foi cunhado para retratar uma sociedade que não era tipicamente urbana nem industrial.

O tema informalidade ou trabalho informal continuou recebendo destaque, não só na literatura especializada, mas também na mídia e no mundo social como um todo. Mesmo sendo tema de debates no mundo acadêmico desde as décadas de 60 e 70 do século XX, segundo Cacciamalli (1983), essas denominações ainda se apresentavam de maneiras não muito claras, o que dificultava bastante o estudo desse fenômeno. Assim, a informalidade aparecia como um fenômeno ainda bastante confuso e complexo, assumindo as mais diversas facetas, a depender do contexto e do enfoque teórico usado para a sua abordagem.

2.1.1 A velha informalidade

Autores como Filgueiras, Druck e Amaral (2004) entendiam as atividades do chamado setor informal como consequência do excedente da mão de obra resultante do elevado crescimento demográfico, produzido de um processo de migração de indivíduos das zonas rurais para as cidades, gerando, assim, um aumento da força de trabalho urbana, desproporcional à capacidade de absorção.

Ramos (1984 apud TAMAZINI, 1995) identificou três paradigmas complementares para explicar as correlações entre migração e urbanização, sendo que em dois deles a explicação está relacionada ao excedente de mão-de-obra nas cidades.

O primeiro paradigma, denominado modelo cepalino¹ da expulsão rural, explicou o fenômeno da crescente urbanização enfatizando a incapacidade das zonas rurais de absorver uma população agrícola cada vez maior, a partir das rupturas do tradicional inter-relacionamento do latifúndio com do minifúndio. Segundo essa abordagem, uma parte dessa população rural que abandonou o campo dirigiu-se para as cidades sem muita preparação para a vida urbana moderna, e, conseqüentemente, não teve muita chance na disputa pelos empregos proporcionados pela indústria e serviços funcionais.

O segundo paradigma, uma alternativa à visão anteriormente descrita, postula que o setor informal urbano é tributário de um processo migratório resultante da atração de salários urbanos artificialmente altos, explicado pelos efeitos conjuntos de exagerados reajustes legais e salários mínimos, pressões sindicais e elevados salários no setor público. A intensidade da urbanização seria consequência dessa ilusão salarial, conduzindo um contingente populacional excedente para as atividades de mais fácil acesso e de salários flexíveis. Deste ponto de vista, a análise Ramos (1984 apud TAMAZINI, 1995), é que não é o salário, em última instância, que equilibra o mercado, mas o desemprego urbano. Ou seja, o aumento dos empregos em atividades terciárias ou informais de baixa produtividade servem para absorver o desemprego.

No terceiro paradigma “não há problemas de emprego urbano e a atração das cidades é “genuína.” (TAMAZINI, 1995, p. 9). Essa abordagem pressupõe que a atual industrialização requer muito menos trabalho por unidade de produto do que a exigida no século XIX e, além disso, necessita de graus de qualificação cada vez maiores. Por essa razão, o emprego industrial crescerá pouco, sobretudo no que se refere ao emprego da mão-de-obra com baixa qualificação. Assim sendo, trata-se de uma perspectiva que vê o emprego terciário como uma função do produto industrial e sendo essa a variável que mais cresceria, isso geraria uma demanda do emprego terciário (TAMAZINI, 1995).

¹ Colistete (2001) identifica o núcleo básico da teoria cepalina do subdesenvolvimento a partir de duas proposições básicas: As economias latino-americanas teriam desenvolvido estruturas pouco diversificadas e pouco integradas com um setor primário-exportador dinâmico, mas incapaz de difundir progresso técnico para o resto da economia, de empregar produtivamente o conjunto da mão-de-obra. Ou seja, somente a industrialização poderia dar origem a um círculo virtuoso de crescimento da produtividade, do emprego e da renda.

O ritmo de incorporação do progresso técnico e o aumento de produtividade seriam significativamente maiores nas economias industriais (centro) do que nas economias especializadas em produtos primários (periferia), o que levaria por si só a uma diferenciação secular da renda favorável às primeiras.

O emprego terciário é uma espécie de demanda derivada do produto e produtividade do setor industrial e por isso se observará uma crescente urbanização a essa maior produção industrial, onde terá um peso cada vez mais importante o emprego terciário, sendo bastante inferior a geração de empregos no secundário (RAMOS, 1984 *apud* PREALC, 1990, p. 8).

Em síntese, segundo Tamazini (1995), de uma conjunção da dinâmica dos fluxos migratórios e da incapacidade do setor moderno da economia de gerar oportunidades ocupacionais no ritmo exigido para absorver a população ativa urbana, surge um novo setor, denominado setor informal, em contraposição ao setor moderno e organizado da economia. Este modo de trabalho é o mecanismo por meio do qual procuram sobreviver os migrantes que não encontram emprego na área organizada do mercado de trabalho.

É o excedente estrutural de mão-de-obra que cria o setor informal urbano, segundo sua própria lógica: gerar circuitos de sobrevivência, através de um amplo segmento de atividades econômicas, onde seus integrantes se auto-empregam na produção de bens e serviços em pequena escala e com baixos níveis de produtividade, com os quais obtêm uma pequena renda, a renda informal. (TAMAZINI, 1995, p. 9).

Segundo Tamazini (1995, p. 9), “Os ocupantes do setor informal são caracterizados como socialmente pobres, com menor grau de instrução e em faixas etárias que incluem tanto os mais jovens quanto os mais velhos.” Decisivamente, Tamazini (1995) pondera que nessa versão do modelo, são as características dos migrantes e a insuficiente disponibilidade de oportunidades de emprego no setor formal urbano que determinam que o setor informal tenda a ser um receptáculo para os migrantes rurais que aportam nas cidades, como mencionado nas versões originais como a da PREALC (1978), na qual o setor informal era visto como parte de uma dicotomia em que seus ocupantes produzem bens e serviços que em essência não são demandados pelo setor formal. Note-se ainda a questão da subordinação do setor informal ao setor formal da economia de Tamazini (1995).

No outro polo dessa discussão, segundo Barreto (2005), a crítica marxista se apoiava na compreensão do papel do processo de industrialização destes países periféricos. A formação desse contingente de trabalhadores que não se inseriam diretamente no processo da industrialização que se formava, se explicava pela própria lógica da “contradição inerente ao desenvolvimento da acumulação capitalista” (MACHADO DA SILVA, 2002, p. 86), que necessitava de mão de obra industrial de reserva, originando a formação de uma massa marginal de trabalhadores.

Assim, conforme aponta Oliveira (1972 *apud* BARRETO, 2005, p. 62), “[...] todo processo de rápida industrialização, bem como a formação dos excedentes de mão de obra que

o acompanha, ocorridos em países como o Brasil, dizem respeito às exigências do próprio processo de acumulação do capital de acordo com a forma que esta acumulação se estrutura a partir das condições históricas singulares de cada país.” Segundo Barreto (2005), no caso do Brasil é preciso levar em conta o seu legado colonial, escravocrata e agroexportador, bem como as relações de poder e interesses de classe que estavam em jogo, pois esses, acabaram se constituindo em fatores decisivos para condicionar os modos que esse processo de produção e reprodução da acumulação de capital assumiu em relação à formação dos excedentes de mão de obra.

Na mesma linha, Souza (1980 apud TOMAZINI, 1995), explicita considerar o conjunto da economia como tendo um caráter integrado, embora comporte diversos modos de organização da produção. Nessa perspectiva, todos esses segmentos procedem da dinâmica geral da acumulação engendrada pelo núcleo hegemônico verdadeiramente capitalista. “É próprio desse modo de produção conter diversas maneiras de organizações produtivas que persistem ou não de acordo com determinações mais amplas do núcleo dominante.” (SOUZA, 1980 apud TOMAZINI, 1995, p.21). Assim, na análise desses autores, a existência dos modos simples mercantis tem papéis específicos, quer na esfera produtiva ou da circulação de bens e serviços, preenchendo espaços econômicos determinados, mas não ocupados pelo núcleo capitalista.

A complexidade da situação ocupacional levou o Programa de Emprego para a América Latina e o Caribe (PREALC)², constituído pela OIT como parte do Programa Mundial de Emprego, à conclusão de que essa circunstância não podia ser analisada apenas por meio da taxa de desemprego. Era necessário entendê-la como um "espectro de distintas formas de subutilização da força de trabalho" (PREALC, 1978, p. 8). As premissas iniciais, agregando à abordagem a intenção de fortalecimento do setor informal urbano, eram entendidas como subsequência do excedente de mão de obra.

Nas análises de Tamazini (1995), a posição do Programa Mundial de Emprego era de crítica às questões e aos efeitos sociais de um modelo de desenvolvimento econômico

² O PREALC é uma instituição de caráter internacional que foi constituída pela OIT para participar do seu Programa Mundial do Emprego, a partir do início dos anos 70. Esse programa realizou uma série de estudos sobre o desenvolvimento econômico na América Latina visando propor alternativas onde a "variável-chave" fosse a geração de empregos (CACCIAMALI, 1983).

interpretado como concentrador e excludente, porque do mesmo modo que produzia a riqueza, criava um cenário de desigualdades sociais.

Singer (1987) diz que tanto progresso quanto miséria são produtos do mesmo processo, que consiste na penetração e expansão do capitalismo num meio em que predominam outros modos de produção. Singer (1987) explica que o capital penetra em determinados ramos de atividade, ou revolucionando os métodos de produção e introduzindo outras relações de produção, ou ele surge mediante a implantação de atividades novas, suscitadas pela própria dinâmica capitalista. Cria-se, então, uma nova estrutura dinâmica na economia entre os modos de produção, que são postos:

- a) alguns se transformam em suporte financeiro do modo de produção capitalista,
- b) outros, em reservatórios de mão de obra,
- c) e outros ainda em provedores de bens ou serviços complementares a produção capitalista.

Ou seja, a dinâmica capitalista determina o espaço econômico para a atividade informal. Assim, contrapondo a explicação de que a formação do trabalho informal nas cidades decorre do excedente no crescimento vegetativo ou nas migrações campo e cidade, o processo de formação de excedentes de trabalhadores que acabam se constituindo como trabalhadores informais surge a partir da própria lógica de acumulação do capital. Muitos estudos da época citados anteriormente (SOUZA, 1980; CACCIAMALI, 1983; SINGER, 1987; MACHADO DA SILVA, 2002) buscam relativizar e desmistificar o peso dado aos processos migratórios do campo para a cidade na formação desta mão de obra urbana, enfatiza Barreto (2005). “É o próprio avanço das forças produtivas, no capitalismo, que gera uma elevação da produtividade, com conseqüente liberação da mão de obra” (BARRETO, 2005, p. 63). O capital segundo sua lógica de valorização determina o grau de informalidade na economia.

A liberação dessa mão de obra, nas análises de Barreto (2005), pode ser dada:

- a) pela introdução de tecnologias mais intensivas em capital, o que pode levar, indiretamente, à destruição de sistemas produtivos concorrentes que podem se tornar obsoletos desempregando os trabalhadores destes sistemas;
- b) pela liberação da mão de obra mais direta com o aumento de produtividade e conseqüente exploração de mais trabalho de um número menor de trabalhadores.

Portanto, de acordo com Oliveira (1972 apud BARRETO, 2005), não se pode atribuir ao movimento das taxas demográficas a produção de excedentes de trabalhadores na economia dos países marcados pela informalidade, muito menos se pode considerar que o rápido crescimento urbano nestes países decorre de um inchaço do setor terciário ou setor de serviços. Inclusive o setor de serviços, que se forma nestes países, marcados majoritariamente por relações informais de trabalho “[...] tem seu tamanho, forma e características estreitamente ligadas ao tipo de acumulação do capital que se forma de acordo com as singularidades históricas de cada nação.” (BARRETO, 2005, p. 64). Normalmente se verifica que, nestes países, o acelerado crescimento industrial exigiu das cidades infraestrutura e requerimentos em serviços, a partir de níveis baixos de investimento inicial.

O setor de serviços que se forma, sustentado basicamente em relações informais de produção, não se contrapõe, nem concorre com o setor industrial, ao contrário, contribui com o processo de reprodução do capital, atuando, de um lado como exército industrial de reserva e de outro, como escoador de mercadorias da indústria, a partir da comercialização de produtos pelos vendedores ambulantes, ou até mesmo pela prestação de serviços (OLIVEIRA, 1972, apud BARRETO, 2005, p. 64).

Assim, Barreto (2005, p. 65, grifo do autor) define o que é a informalidade a partir da relação dos trabalhadores com os meios e instrumentos de produção “[...] *o setor informal passa a ser aquele constituído pelas atividades em que o produtor direto dos bens e/ou serviços é o possuidor dos meios de trabalho, podendo trabalhar sozinho ou com a ajuda de familiares ou outros.*”

O setor informal, para Barreto (2005), portanto, é constituído por atividades cuja organização não condiz com a de uma atividade capitalista típica, mas que, dentro de um modelo de produção capitalista, têm uma relação intersticial e subordinada ao o setor formal. Barreto (2005, p. 65, grifo do autor) ressalta que é comum se usar o termo “[...] *formas não tipicamente capitalistas de organização do trabalho*” para se definir algumas relações informais de trabalho, como, por exemplo, o trabalho autônomo. Isto se dá, segundo Barreto (2005), pelo fato de não se verificar nesta atividade a relação direta de venda e compra da força de trabalho. Além do mais, o vendedor ambulante é dono dos instrumentos e produtos de trabalho colocados à venda, o que o diferencia do proletário descrito por Marx (1989).

A partir deste conjunto de análises, os autores aqui citados, constroem um enfoque que trata a informalidade como consequência dos próprios movimentos e da dinâmica da lógica das atividades capitalistas que, além de produzir e reproduzir as condições de existência e reprodução de atividades formais, propiciam o surgimento, produção e reprodução de espaços

produtivos que podem ser ocupados e explorados por pequenos produtores e trabalhadores por conta própria. Todavia, tratados essencialmente como partes interdependentes do processo de acumulação do capital.

A Organização Internacional do Trabalho (OIT) toma a unidade econômica como ponto de partida de definição do setor informal. “Tal unidade é caracterizada pela produção em pequena escala, pelo baixo nível de organização e pela quase inexistente separação entre capital e trabalho.” (JAKOBSEN; MARTINS; DOMBROWSKI, 2000, p. 2-8). Todavia, parte-se do pressuposto de que todos os trabalhadores com estas características são informais, sem entrar no mérito de possíveis exceções.

Contudo, as análises deste estudo continuam tratando conceitualmente a realidade a partir de setores diferenciados, isto decorre do fato de estar se levando em consideração a natureza distinta da organização da produção do trabalho informal de produção e venda de tapioca: além de não garantir o acesso aos direitos sociais e trabalhistas básicos, para a maioria dos trabalhadores informais ela se caracteriza por uma renda muito baixa. Se caracteriza por um conjunto de pessoas que, no interior do quadro social, detêm baixos níveis de renda (OIT, 1972).

Na sua grande maioria, o comércio informal de produção e venda de tapioca engloba ações que são ambas por e para pessoas que as realizam como estratégia de sobrevivência. As definições da OIT, entretanto, incluem grupos que não são marginalizados e, portanto, estão fora do foco deste estudo.

Portanto, para delimitar o setor informal vamos datar essa análise aos primórdios da Revolução Industrial, e, fundamentados em Singer (2000), buscar elementos em Marx. Singer (2000) diz que Marx, em sua obra *O Capital* (vol.1), escrito em Londres, em 1865-66, denominou formas de existência da população relativamente excedente. Dito de outro modo, trata-se de uma população que excede momentaneamente as necessidades do capital, ou seja, a procura por mão de obra das empresas. Mas, Singer (2000) salienta que essa população, de modo algum é excedente, no sentido de desnecessária à economia como um todo.

Uma parte dessa população Marx chamou de população excedente “líquida”. “É uma reserva móvel de trabalho, sempre disponível às empresas quando estas querem expandir rapidamente o número de empregados.” (SINGER, 2000, p. 11). Uma segunda parte da população excedente, Marx denominou de “latente”, “[...] formada pelos moradores do campo

que estão em vias de ser expulsos da agricultura e só esperam uma conjuntura favorável para se dirigir às cidades em busca de trabalho.” (SINGER, 2000, p. 11).

“A terceira categoria da população relativamente excedente, a estagnada, forma parte do exército ativo do trabalho, mas com ocupação inteiramente irregular (SINGER, 2000, p. 11). É essa terceira parte que aqui mais nos interessa. Segundo Singer (2000), a população estagnada oferece ao capital uma fonte inesgotável de força de trabalho disponível. “Seu padrão de vida cai abaixo do nível normal da classe trabalhadora e é exatamente isso que a torna uma ampla base para ramos de exploração específicos do capital.” (SINGER, 2000, p. 11). Trata-se do exército industrial ativo e não de reserva, formado pelos sem-trabalho, pelos desempregados no sentido estrito do termo. “Os mercados do trabalho informal são o desaguadouro de toda a força de trabalho que desistiu de procurar emprego ou deixou de contar com suporte material para fazê-lo.” (SINGER, 2000, p. 12).

Singer (2000) apresenta algumas características dos trabalhadores informais:

- a) Já desistiram de procurar emprego (por isso não se caracterizam como desempregados), e saem à luta, tentando ganhar a vida de qualquer jeito;
- b) Trabalham longas jornadas para ganhar um mínimo;
- c) Os ganhos são incertos e muito variáveis nessas profissões;
- d) A grande maioria dos informais exerce atividades precárias, quase todas sujeitas a repressão policial;
- e) A grande maioria deles se dedica ao pequeno comércio e a serviços de baixa qualificação que exigem experiência e conhecimentos, mas não escolaridade elevada;
- f) Em todos os trabalhos informais há excesso de oferta.

Para o IBGE³ o setor informal compreende as informações sobre unidades econômicas que produzem bens e serviços com o principal objetivo de gerar ocupação e rendimento para as pessoas envolvidas, operando, tipicamente, com baixo nível de organização, com alguma ou nenhuma divisão entre trabalho e capital como fatores de produção, e em pequena escala, sendo ou não formalmente constituídas. “O setor também se caracteriza pela falta de acesso aos financiamentos e créditos normalmente disponíveis ao setor formal e pela baixa capacidade de acumulação de capital e riqueza.” (PREALC apud JAKOBSEN, 2000, p. 14). Além disso, segundo esse autor, as atividades informais se utilizam de pouco capital, técnicas rudimentares

³ <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/economicas/setor-informal.html>

e mão de obra pouco qualificada, que proporcionam emprego instável de reduzida produtividade e baixa renda.

Independentemente da polêmica sobre a origem do trabalho informal, o quadro que temos no Brasil aponta para seu crescimento. Segundo a Agência IBGE de Notícias⁴, se considerar o mesmo trimestre de 2016, o aumento de 1,1 milhão de pessoas por conta própria e de 641 mil postos de trabalho sem carteira assinada são alguns aspectos que demonstram o avanço da informalidade no Brasil em 2017. Essa conjuntura pode ser verificada também na categoria de alojamento e alimentação, que contempla, entre outras, pessoas que cozinham em casa para vender na informalidade. Ela registrou um aumento de cerca de 175 mil pessoas em 2017, um crescimento de 3,4% em relação ao trimestre imediatamente anterior.

2.1.2 A economia informal

Como já visto anteriormente, estudiosos do trabalho veem a informalização - a expansão de negócios informais e a transformação do trabalho formal em informal, como uma tendência importante na economia global. Juntas, as empresas informais e o trabalho informal compreendem o que hoje é chamado de economia informal (COZZENS; SUTZ, 2012, p. 13 tradução nossa).

Segundo Cozzens e Sutz (2012), o número de pessoas que ganham a vida informalmente inclui pessoas empregadas em estabelecimentos informais (extralegais) e pessoas com empregos informais na economia formal. É amplamente reconhecido que as economias formal e informal estão completamente entrelaçadas. Em vez de duas economias separadas, há um *continuum* de condições de trabalho e negócios e interações. Ainda segundo as autoras, como foi desenvolvido ao longo dos anos, o conceito se estende por cenários urbanos e rurais, incluindo agricultura, mineração, manufatura e serviços (embora nem todos os países medem a informalidade em todos esses contextos).

A informalidade não é sinônimo de pobreza, mas há uma forte sobreposição e, também, uma conexão com o gênero. Um bom resumo é fornecido pelos estudos de Martins e Dombrowski (2000a; 2000b). Assim como constataram esses autores, também outros estudos

⁴<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/17508-informalidade-aumenta-e-continua-a-reduzir-o-desemprego>

mostraram que os chefes familiares têm maior probabilidade de serem pobres quando os seus assalariados base são empregados informalmente (COZZENS; SUTZ, 2012). As famílias chefiadas por mulheres e as famílias que têm o salário básico de uma mulher são também mais propensos a serem pobres, mas as diferenças são menos pronunciadas quando há acesso a emprego formal (CHEN, VANEK et al. 2005). Um estudo do Instituto de Pesquisa das Nações Unidas para o Desenvolvimento Social, com sua extensa rede de pesquisadores de todo o mundo, seu *status* e sua autonomia dentro do sistema das Nações Unidas, concluiu que as mulheres tendem a ser maioria do setor informal (UNRISD 2010). Há também uma forte correlação com grupos étnicos desfavorecidos (MARTINS; DOMBROWSKI, 2000a; 2000b).

Em síntese, existem várias explicações teóricas bastante diferentes para a existência e crescimento da economia informal. Cozzens e Sutz (2012) apresentam as principais escolas de pensamento:

- a) Uma escola de pensamento vê o setor informal como consistindo em atividades marginais que os pobres empreendem apenas para se manterem vivos, destacando-se os trabalhos pioneiros de Hart (1973), Sethuraman (1976) e Tokman (1978).
- b) Outra vê a economia informal como um suporte estrutural para as grandes empresas capitalistas, já que ela mantém baixos os custos trabalhistas. Nessa abordagem destacam-se os trabalhos pioneiros de Moser (1978) e Castells e Portes (1989).
- c) Duas outras abordagens enfatizam o elemento empreendedor da informalidade. De uma escola legalista, destaca-se o trabalho pioneiro de Soto (1989; 2000) que vê o setor informal como composto por microempreendedores corajosos que escolhem operar informalmente para evitar custos desnecessários e onerosos, tempo e esforço de registro formal e que precisam de direitos legais para converter seus ativos em propriedade formal. E a outra escola voluntarista enfatiza a escolha que os empresários fazem para evitar os custos da regulamentação, como defende Maloney (2004). O comércio de rua, segundo Bromley (2000), é um laboratório para empreendedorismo, negócios familiares e interação social, vinculando fornecedores e clientes ao sistema econômico e social mais amplo. “Muitas habilidades empreendedoras cruciais são aprendidas e demonstradas na rua.” (BROMLEY, 2000, p. 5).

A variedade de abordagens ressalta um ponto importante: o caráter não regulamentado da economia informal tem duas faces, concluem Cozzens e Sutz (2012). Por um lado, o negócio informal reduz os custos de entrada da operação: as taxas de registro dos negócios não precisam ser pagas, nem tampouco os devidos impostos. Porém, em contrapartida, o negócio não é

protegido por contratos ou cláusulas de propriedade intelectual, os trabalhadores não são protegidos por leis trabalhistas e o meio ambiente não é protegido por leis ambientais.

Portanto, na análise de Cozzens e Sutz (2012), o *status* não registrado do negócio pode torná-lo vulnerável às demandas por subornos, tanto do governo quanto das autoridades criminais. Ademais, ao manter as famílias à tona, o emprego informal pode produzir ambientes de trabalho inseguros, assalariados mutilados e trabalhadores infantis, sem o benefício da proteção do desemprego. Para as comunidades, os estabelecimentos informais podem produzir bens e serviços acessíveis, mas com condições ambientais insalubres (COZZENS; SUTZ, 2012).

2.2 O COMÉRCIO AMBULANTE

A economia informal é um conceito bastante abrangente, mas o comércio ambulante é a parte mais representativa desse setor.

O comércio ambulante pode ser qualquer coisa, desde uma estratégia de sobrevivência - uma busca desesperada por uma renda de subsistência - até uma abertura para o pequeno capitalismo, ou a diversificação dos grandes negócios para impulsionar a demanda e alcançar uma maior rotatividade. (BROMLEY, 2000, p. 3).

A maioria das operações de rua, segundo Bromley (2000), é muito menor em escala do que lojas fixas ou supermercados em locais fora da rua, mas algumas são bastante substanciais, variando de lojas de móveis a caminhões, a grandes barracas fixas e quiosques em locais estratégicos de alta demanda. A distribuição de renda dos vendedores ambulantes é altamente distorcida, “[...] com alguns tendo rendimentos bastante altos, comparáveis aos dos lojistas bem-sucedidos e profissionais de carreira, e a maioria alcançando rendimentos relativamente baixos, comparáveis aos dos trabalhadores não qualificados.” (BROMLEY, 2000, p. 3).

O termo ambulante, na maioria das vezes, é utilizado para designar o comerciante informal que não apresenta um lugar fixo de venda e suas mercadorias são mais baratas se comparadas às dos camelôs (BERTOLUCCI, 2003). Por se tratar de uma atividade econômica característica de rua, a localização do trabalho informal e serviços ambulantes depende do espaço público, como os logradouros e as vias (KITAMURA; MIRANDA; RIBEIRO FILHO, 2007). “A presença desses trabalhadores pode ser facilmente identificada no centro das cidades, assim como em praças, ruas e avenidas cujo movimento de pedestres e automóveis indiquem um possível consumidor para as mercadorias comercializadas por esses ambulantes.” (ALVES,

2016, p. 13). A distribuição geográfica está diretamente associada à presença dos consumidores locais e horários de grande circulação e consequente interesse em adquirir os produtos.

Bromley (2000) ressalta que a venda ambulante é uma ocupação antiga e importante encontrada em praticamente todos os países e grandes cidades do mundo. Nas análises desse autor, os vendedores de rua aumentam a vitalidade da paisagem urbana e contribuem para a atividade econômica e para a provisão de serviços. Mas, por outro lado, muitas pessoas também os associam ao congestionamento das vias públicas, aos riscos à saúde e à segurança, à evasão fiscal e à venda de produtos de má qualidade (BROMLEY,200). Numerosas leis nacionais e municipais aplicam-se ao comércio ambulante ou são especificamente direcionadas a vendedores de rua, e muitos países tem uma longa história de tentativas de regulação dessa atividade, completa o autor.

Mas, especificamente sobre a venda ambulante, como observa Bromley (2000), nenhuma tentativa é feita para julgar se essa atividade deve ser colocada em uma categoria maior e, em caso afirmativo, em que categoria ela deveria ser colocada: setor de serviços, comércio varejista ou atacadista de bens e serviços. Cada uma das categorias maiores mencionadas carrega uma considerável bagagem intelectual e ideológica, pondera Bromley (2000), e seu uso pode obscurecer, em vez de destacar, as características especiais e peculiares da venda ambulante como ocupação e atividade econômica.

A venda ambulante é vista como um fenômeno mundial, encontrado em todos os países, e as diferenças entre o primeiro, o segundo e o terceiro mundo - ou economias desenvolvidas, em transição e em desenvolvimento - não são enfatizadas. No entanto, é importante reconhecer que os vendedores de rua são mais numerosos nos países mais pobres e que geralmente estão concentrados em áreas urbanas.

O comércio de rua é um exemplo notável de iniciativa de base. Soto (1989), o principal expoente desse argumento, descreve os vendedores ambulantes como as manifestações mais visíveis de uma revolução pacífica e informal de pessoas pobres e trabalhadoras contra um sistema “mercantilista” obstrutivo - um estado regulatório disfuncional controlado pelo governo, interesses pessoais de burocratas de carreira e de grandes empresas.

Devido às suas baixas necessidades de capital e à sua potencial mobilidade, a venda ambulante é uma maneira muito eficaz de atender as demandas sazonais, esporádicas e especiais, tais como bandeiras em datas especiais, guarda-chuvas durante uma chuva torrencial ou cachorros-quentes após um jogo esportivo de primeira divisão. Nunca poderia haver

demanda suficiente e prolongada para sustentar negócios fixos desse tipo fora da rua, conclui Bromley (2000). E, do mesmo modo, segundo esse autor, a venda ambulante pode testar novos mercados a baixo custo, oferecendo bens ou serviços que nunca foram oferecidos anteriormente.

Ao longo dos séculos e em todo o mundo, o comércio ambulante foi praticado de muitas maneiras diferentes. Na constatação de Bromley (2000), a maioria vende mercadorias, lanches, mas alguns vendem serviços, e alguns vendem uma mistura dos dois. Alguns vendedores são estabelecidos em um local fixo, usando um quiosque ou uma barraca que permanece no mesmo local por meses ou até anos e é trancada e deixada sob a supervisão de um vigia quando não está em uso; outros usam tendas de veículos pesados que são empurradas de um depósito para a posição de vendas no início do dia de trabalho, e empurradas para trás no final; outros ainda estão fixos no local, mas simplesmente depositam suas mercadorias no chão ou em mesa de plástico; alguns podem empurrar suas tendas sobre rodas, transportar suas mercadorias até seus clientes ou operar com um carrinho de mão, um triciclo ou um veículo motorizado; alguns vendedores ambulantes vendem direto aos transeuntes, alguns fazem entregas porta-a-porta e outros ainda vendem de prédio em prédio.

Para Yázigi (2000), os modos de atividade ambulante podem ser de três tipos: a) efetivas, que podem carregar equipamentos; b) com ponto móvel, com automóveis ou equipamentos desmontáveis; c) com ponto fixo, que utilizam barracas não removíveis.

Para Cleps (2003), há uma divisão do comércio informal ambulante em três grupos: a) os fixos, que se encontram em áreas estratégicas de grande movimentação, b) os periódicos, que ocorrem em áreas de lazer, instalando-se nos finais de semana e feriados; c) os ocasionais, que aparecem em torno dos comércios formais, em festas comemorativas ou outros eventos que atraiam um grande público.

Segundo Kitamura, Miranda e Ribeiro (2007), dentre as formas exercidas dessa atividade pelos ambulantes, predominam três tipos: a) ponto móvel (efetivo), com equipamentos (barracas e pequenas bancas) desmontáveis ou veículos automotores; b) em circulação, com carrinhos de mão, tabuleiros e demais suportes de apoio que sirvam para expor suas mercadorias; c) ponto fixo, ou seja, barracas não removíveis.

Os espaços públicos com enfoque para as praças, calçadas e ruas, são os ambientes mais utilizados para localização dos ambulantes, uma vez que estes estão localizados em partes privilegiadas da área central e possibilitam a circulação de pessoas e,

consequentemente, o comércio. “Como espaço público, a rua protagoniza um papel multifuncional, pois de acordo com os diferentes períodos do dia, apresenta funções diferenciadas e públicos variados.” (KITAMURA; MIRANDA; RIBEIRO, 2007, p. 23).

Motessoro (2006) chama atenção ao fato de esses comerciantes serem vistos como uma anomalia do ponto de vista do planejamento, uma vez que se instalam nas vias públicas, tais como as praças, calçadas e ruas. O que ocorre com esse tipo de trabalhador, é que as suas condições de alimentação e transporte são precárias, mas ao analisar-se a respectiva dinâmica de trabalho, constata-se que não estão desestruturados, já que sempre apresentam um ponto para as vendas, ainda que não fixo, bem como as mercadorias a serem comercializadas.

Os espaços públicos em questão passam a ter valor de mercadoria, pois os mercadores ambulantes dele se apropriam privadamente, por não terem nenhum custo de localização, não pagarem aluguel e nem impostos, utilizando-o assim, para comércio informal e obtenção de lucros (MOTESSORO, 2006).

Bromley (2000) apresenta argumentos a favor do comércio de rua. Segundo ele, a importância dos diferentes argumentos varia consideravelmente de país para país, de cidade para cidade e de acordo com as características específicas do fornecedor, da mercadoria e da vizinhança, como se lê abaixo:

- a) Por meio de suas transações, os vendedores ambulantes contribuem diretamente para o nível geral da atividade econômica e para o fornecimento de bens e serviços. Eles são parte integrante da economia e sua eliminação reduziria a concorrência e a atividade econômica. Todas as empresas que vendem ou alugam para vendedores ambulantes e seus dependentes sofreriam se os mesmos não pudessem mais se sustentar.
- b) Em muitos países, os cidadãos têm direitos constitucionais para escolher suas ocupações e se engajar em atividades empreendedoras. A venda ambulante é uma dessas opções, e sua supressão reduz o leque de alternativas disponíveis para os cidadãos. Mesmo que tais direitos não sejam formalmente garantidos, pode-se argumentar que eles são direitos humanos básicos sob “lei natural” (PAINE, 1792, p. 159).
- c) Por meio de seu trabalho, os vendedores de rua contribuem para sustentar a si mesmos e a seus dependentes. Se eles não pudessem vender nas ruas, alguns ficariam desempregados e desamparados, e alguns poderiam se voltar para o crime, tumultos ou revoluções. Assim, a venda ambulante serve como uma rede de segurança social - muito mais barata para o governo

do que estabelecer um sistema de bem-estar abrangente ou expandir substancialmente a polícia, os tribunais e o sistema prisional.

d) O comércio ambulante oferece oportunidades empresariais às pessoas que não podem pagar ou alugar instalações fixas. É um degrau fundamental e vital na escada da mobilidade econômica ascendente, e alguns vendedores ambulantes continuam construindo negócios bem-sucedidos fora das ruas.

e) Os vendedores de rua expandem enormemente a variedade de locais e horários em que bens e serviços podem ser fornecidos e, às vezes, também oferecem bens e serviços que não estão disponíveis em locais fora da rua. Como resultado, poupam esforços para os consumidores, satisfazem demandas que, de outra forma, poderiam ficar insatisfeitas, e, ainda, estimulam a atividade econômica que, de outra forma, não existiria. Ao aumentar a concorrência, eles ajudam a reduzir os preços ao consumidor.

f) Os vendedores ambulantes dão vida às ruas. Eles servem como sinais vivos para mostrar onde a atividade econômica - na rua e fora da rua - está concentrada. Além disso, eles podem testemunhar e denunciar crimes, fornecer informações aos transeuntes buscando direções, proporcionar "atmosfera" com barracas coloridas, fantasias e mercadorias, e eles podem melhorar as vistas turísticas e fotografias.

g) O comércio ambulante oferece aos seus trabalhadores uma flexibilidade considerável em horas e níveis de atividade, e oferece algumas opções de locais de trabalho e maneiras de lidar com as obrigações de cuidados infantis. Pode ser praticado como um trabalho extra, aumentando a renda bruta.

Relativo aos argumentos contra a venda de rua, embora esse número apresentado por Bromley (2000) seja maior que a lista em favor, são geralmente mais específicos e triviais do que aqueles a favor. O direito constitucional do cidadão à liberdade de comércio e empreendedorismo, por exemplo (argumento b), parece uma consideração muito mais convincente do que o argumento contra (argumento h) de que outros cidadãos podem ser perturbados por anúncios comerciais de vendedores.

a) Os vendedores de rua não estão espalhados uniformemente pela cidade. Eles se concentram muito em alguns locais, e esses locais são tipicamente os pontos com os mais altos níveis de congestionamento de pedestres e veículos, causando mais congestionamento.

b) Contribuindo para o congestionamento de veículos e pedestres, os vendedores ambulantes podem causar acidentes de trânsito, aumentar os níveis de poluição do ar gerados

por veículos e impedir o fluxo de veículos da polícia, bombeiros, ambulâncias e outros veículos de emergência.

c) Os vendedores de rua podem bloquear as rotas de saída de edifícios lotados, como teatros, estádios e lojas de departamento, aumentando a escala da tragédia no caso de um grande incêndio, explosão, fuga de gás tóxico ou histeria em massa.

d) Os vendedores de rua muitas vezes deixam de dar recibos e pagar impostos sobre seus ganhos e cobrar impostos de vendas aos seus clientes. Eles são constantemente acusados de apresentar “concorrência desleal” a empresas pagadoras de impostos.

e) Como eles podem deixar ou realocar seus negócios com mais facilidade, os vendedores de rua têm mais oportunidades de burlar seus clientes do que os fornecedores de estabelecimentos de varejo fixo. Varejistas acusam os vendedores de rua de usar escalas imprecisas para burlar peso, e de não postar preços para cobrar mais quando suspeitam que o comprador não sabe quanto deve pagar. Alguns vendedores ambulantes também são acusados de vender mercadorias contrabandeadas, falsas ou contaminadas, desaparecendo ou simplesmente mudando de local antes que os mesmos possam ser localizados por clientes irritados ou pela polícia.

f) Os vendedores ambulantes de alimentos e bebidas apresentam grandes problemas de saúde pública porque suas mercadorias podem ficar mais expostas ao sol, à poluição do ar e à contaminação pelos transeuntes, porque poucos têm eletricidade e sofisticados equipamentos de cozinha e refrigeração, e porque podem deixar ou se mudar mais facilmente se um surto de intoxicação alimentar inicia.

g) Os vendedores de rua podem ser menos profissionais, comprometidos e responsáveis do que os vendedores fora da rua, recusando-se a dar garantias significativas ou trocar mercadorias defeituosas, não oferecendo serviços de reparo e desaparecendo mais facilmente se houver uma série de problemas e reclamações.

h) Alguns pedestres e muitos motoristas ficam perturbados, irritados e até assustados com os anúncios e chamadas publicitárias dos vendedores ambulantes. Eles preferem andar ou dirigir sem ser bombardeado com anúncios de vendas.

i) Os vendedores ambulantes geralmente incluem números substanciais de menores, infringindo a legislação trabalhista e expondo os jovens à poluição, barulho, acidentes de trânsito e ameaças de violência, vício ou sequestro.

j) Uma pequena minoria de vendedores de rua se envolve em ofícios altamente desonrosos e muitas vezes ilegais, como a prostituição e o comércio de narcóticos.

k) Os vendedores de rua contribuem para a economia subterrânea de transações em dinheiro sem documentação, não apenas mediante de suas vendas, mas também por meio dos subornos que muitas vezes são obrigados a pagar à polícia e aos fiscais municipais. Uma economia subterrânea substancial mina a capacidade do Estado de financiar suas atividades em andamento e novos investimentos de capital por meio de impostos, e monitorar e administrar a economia de maneira eficaz. A atividade econômica subterrânea pode apoiar e encorajar o crime e a evasão fiscal, minando gradualmente o tecido da sociedade civil.

Ambos os argumentos favoráveis e contrários ao comércio de rua têm validade considerável sintetiza Bromley (2000). Não existe uma maneira clara, simples e absoluta de determinar qual conjunto de argumentos está correto. Ambos os conjuntos estão corretos até certo ponto, e é possível misturar os dois conjuntos, argumentando que alguns tipos e locais de venda ambulante são desejáveis, enquanto outros são indesejáveis, conclui esse autor. A precisão dos argumentos específicos varia enormemente de acordo com o tempo, a localização, o tipo de atividade de venda, o tipo e o grau de controle oficial e os históricos e aspirações dos indivíduos envolvidos (BROMLEY, 2000).

Os argumentos a favor e contra o comércio ambulante têm dimensões de classe e ideológicas, nota Bromley (2000). “Aqueles que adotam uma forte perspectiva libertária, seja da direita ou da esquerda, tendem a argumentar fortemente em favor da liberdade de vender nas ruas.” (BROMLEY, 2000, p. 11). A venda ambulante pode, assim, segundo Bromley (2000), ser retratada como um exemplo vívido do empreendedorismo de base, do individualismo e do exercício das liberdades civis. E, por outro lado, as tentativas de suprimir, regular ou controlar a venda ambulante podem ser vistas como autoritarismo, estatismo, censura ou a proteção de oligopólios estabelecidos por comerciantes fora da rua, completa o autor. Do mesmo modo, aqueles que adotam uma perspectiva socialista democrática e populista, concentrando-se fortemente nas necessidades, direitos e potencialidades das pessoas comuns, tendem a advogar pela venda ambulante por causa das oportunidades de renda que ela oferece (BROMLEY, 2000).

Os argumentos contra a venda ambulante, nas análises de Bromley (2000), vêm principalmente de elites urbanas e grandes empresas, que a veem como um incômodo desagradável, uma fonte de desordem, congestionamento e crime, e uma ameaça ao comércio

em grande escala fora da rua. Vozes adicionais geralmente vêm das forças “não no meu quintal” de moradores do bairro e empresas locais que argumentam que a venda ambulante é, em princípio, boa, mas não é desejável ou conveniente em sua vizinhança (BROMLEY, 2000).

As percepções negativas da venda ambulante são reforçadas pela percepção generalizada, embora frequentemente equivocada, de que os vendedores ambulantes não operam em bairros de elite ou nos países mais ricos do mundo, conclui Bromley (2000).

Estadistas de direita e de esquerda, modernistas e autoritários frequentemente descrevem o comércio de rua como uma manifestação da pobreza e subdesenvolvimento, para que seu desaparecimento seja visto como um progresso em direção ao novo mundo desenvolvido da prosperidade universal, nota esse autor. Segundo Bromley (2000), esse argumento é frequentemente reforçado pela teoria da lei e da ordem “consertando janelas quebradas” (KELLING; COLES 1997; WILSON; KELLING, 1982), que afirmam que maneiras pequenas e altamente visíveis de desordem urbana levam rapidamente a colapsos nos padrões comunitários e à rápida proliferação de pragas, vandalismo e crime. O policiamento agressivo é particularmente notável logo antes de grandes eventos públicos e turísticos, na suposição de que as ruas organizadas melhoram a imagem da cidade para os visitantes. Em alguns países do Terceiro Mundo, tais políticas foram levadas a extremos violentos, quando policiais, soldados ou forças paramilitares confiscaram documentos de identidade de vendedores de rua, expulsaram fisicamente vendedores da cidade e até mesmo torturaram ou mataram alguns deles (BROMLEY, 2000).

Governos nacionais, estaduais e municipais, e a ampla gama de organizações sem fins lucrativos e associações de bairro são constantemente desafiados a fazer algo relativo ao comércio ambulante. Os vendedores ambulantes não podem ser ignorados porque são muito visíveis, variados e concentrados em áreas congestionadas. Os problemas e potencialidades da venda ambulante são óbvios demais. Pressões conflitantes vêm das elites locais e da mídia e de diferentes partidos políticos, grupos de interesses especiais e das próprias associações de ambulantes. As simpatias públicas mudam significativamente, com períodos de tolerância e, dependendo do crescimento da aglomeração, leva a novas pressões, controle, e períodos de repressão, gerando indignação com brutalidade e vitimização.

O resultado geral da complexa mistura de perseguição, tolerância, regulamentação e promoção geralmente é “contenção”, enfatiza Bromley (2000). Os vendedores de rua são mantidos fora das elites e das áreas privadas, e seus números são limitados nas “zonas de

conflito” de congestionamento máximo, explica o autor. Algumas atividades ilegais de venda são perseguidas em toda a cidade, enquanto o suporte é dado aos tipos de ambulantes selecionados e locais considerados especialmente desejáveis. Enquanto isso, os vendedores dispersos nas partes mais pobres e menos congestionadas da cidade são amplamente ignorados.

A predominância de políticas negativas no âmbito público geralmente acompanha o apoio à privatização gradual do espaço público, principalmente para as grandes empresas, mas também à criação de novos espaços para fornecedores de pequena escala em mercados e shoppings, critica Bromley (2000). Assim, segundo esse autor, em geral, a política pública serve para limitar a lucratividade do comércio ambulante e para reduzi-lo na escala social, garantindo que atendam principalmente a clientes de baixa renda e aos bairros mais pobres.

Bromley (2000) também se refere às associações de vendedores ambulantes. Segundo ele, geralmente, representadas por comerciantes mais velhos, estabelecidos e licenciados, muitas vezes pressionam políticos e funcionários do governo por licenças adicionais aos seus membros. Ao pressionar os interesses de seus próprios grupos, eles também podem buscar a remoção de novos competidores e empresas que eles considerem indesejáveis.

Ademais, segundo o mesmo autor, ambulantes estabelecidos de alimentos ou bens duráveis podem pedir às autoridades que retirem mendigos, prostitutas ou vendedores de narcóticos de sua área, alegando que eles prejudicam a reputação da área, aumentam o risco de incidentes violentos e impedem que clientes legítimos entrem. As associações de fornecedores funcionam mais ou menos como corporações, para a ajuda mútua e proteção de seus membros contra ameaças externas e competição, analisa Bromley (2000). No caso de perseguição oficial, os grupos de comerciantes organizados podem liderar protestos e, às vezes, até mesmo invasões em massa de locais alternativos, e podem negociar com as autoridades em nome de seus membros.

2.3 A GESTÃO DA INFORMAÇÃO NO GERENCIAMENTO DE PROCESSOS

À medida que a gestão da informação, em meados da década de 1980, passa a ser adotada e reconhecida nas organizações, também ganha mais importância a gestão de processos (SILVA; TOMAÉL, 2007), visto que trata-se de um recurso que descreve o tipo, a quantidade e a qualidade da informação produzida, registrada e usada na realização de uma tarefa organizacional. Cada tarefa tem um fluxo de informação que lhe é peculiar e este fluxo é objeto

importante da GI que, segundo Silva e Tomaél (2007), será mapeado, identificando pessoas, fontes de informação, tecnologia utilizada, produtos e serviços de informação.

No campo da gestão da informação, Davenport (1994) caracteriza processos como um conjunto de atividades estruturadas destinadas a resultar em um produto para um determinado cliente ou mercado. Na definição desse autor, trata-se de uma estrutura para a ação, isto é, uma ordenação específica das atividades de trabalho no tempo e no espaço, com um começo, um fim, e inputs e outputs identificados.

Em todo esse gerenciamento são aplicados os fluxos da gestão da informação: a coleta, a seleção, o processamento, o armazenamento, a disseminação e o uso da informação. Desse modo, como já dito por Silva e Tomaél (2007), a identificação e a descrição das etapas, dos atores e do fluxo de informação da produção e venda de tapioca contribui na gestão do processo da informação e no processo da tapioca em si.

2.3.1 A Gestão e o mapeamento de processos

Em geral, a gestão de processos é uma abordagem de gestão que se refere a processos de negócios como ativos que fortalecem diretamente o desempenho da organização, priorizando a excelência organizacional.

O mapeamento de processos busca informações para conhecimento dos fluxos de trabalho e das atividades realizadas, pois descreve e classifica o que cada um desempenhará. Segundo Pinho (1993), a obtenção dessas rotinas torna-se necessária, devendo ser documentado exatamente do mesmo jeito que o trabalho é executado, detalhando os subprocessos e suas atividades até o processo seguinte. Para Pinto (1993) a documentação do fluxo do processo auxilia na determinação das interdependências e nos relacionamentos entre as atividades, estabelecendo critérios para a melhoria contínua.

Para Oliveira (2010), um processo é realizado por meio de atividades determinadas por uma sequência da qual se obtém um resultado, podendo ser um bem ou um serviço. Também pode ser visto como o desempenho de uma atividade ou um conjunto delas onde haja uma entrada, uma transformação e uma saída, objetivando o alcance de metas. Os processos são importantes porque é por meio deles que as empresas exercem suas funções, pois todo e qualquer trabalho importante realizado em uma organização, faz parte de algum processo (OLIVEIRA, 2010).

Na abordagem de Harrington (1993), todo processo é constituído de um número variado de atividades, ações executadas e necessárias para produzir resultados específicos. Cada atividade, por seu turno, é constituída por um determinado número de tarefas que se constituem na menor fração de processos. Esta sequência de atividades e tarefas, constitui a hierarquia do processo (HARRINGTON, 1993), abaixo definidas:

- a) Atividade: conjunto de operações de média complexidade que se dão dentro de um processo ou subprocesso. Frequentemente realizada por uma unidade organizacional determinada e designada a obter um resultado específico. Segundo Lima (1998), as atividades devem ser descritas com detalhes suficientes para o entendimento normal do modo como os processos são executados, fornece-se respostas às perguntas: “O que fazer?” “Como fazer?” e “Por que fazer?”. Obtendo assim uma visão clara da situação real do processo.
- b) Tarefa: níveis mais detalhados de atividades, é um conjunto de trabalhos a serem exercidos que envolvem rotina e prazos determinados.

O *Business Process Management* (BPM) caracteriza-se em um método de gestão para gerenciar processos empresariais, onde conta com o auxílio de ferramentas tecnológicas. (OLIVEIRA, 2010). Ou seja, a aplicação do BPM ajuda mapear os processos organizacionais, buscando a integração funcional e proporcionando maior agilidade nas atividades que envolvem pessoas, tarefas, máquinas, aplicações de software e outros elementos coordenados para atingir os objetivos do negócio.

O conceito de BPM segundo Cruz (2008) é o termo atribuído a um conjunto de múltiplos elementos, conceitos e metodologias que juntos têm a finalidade de tratar de forma holística processos de negócio. BPM pode ser compreendido como uma abordagem para identificar, desenhar, executar, documentar, medir, monitorar, controlar e melhorar os processos de negócio (ABPMP, 2009) propiciando à organização uma melhor concepção e integração de seus ambientes e das atividades do negócio para que os resultados desejados sejam alcançados.

Debruin e Doebeli (2009) classificam BPM quanto a sua abordagem e prática. No que diz respeito à abordagem:

- a) Foco em tecnologias e sistemas de informação: compreendido BPM como uma solução para negócios utilizando sistemas de software ou tecnologias para automatizar e gerenciar os processos de negócio;
- b) Foco na gestão e melhoria dos processos de negócio: compreendido como uma abordagem para gerenciar e melhorar os processos de negócio com foco em seu ciclo de vida;

- c) Foco na gestão organizacional por processo de negócio: compreendido como uma abordagem para gerenciar uma organização por meio da visão de processos de negócio.
- d) No que configura às práticas, Valle e Oliveira (2009) as categorizam em oito tipos:
- e) O Planejamento de BPM: tem como objetivo definir as atividades de BPM que contribuirão para o alcance das metas organizacionais. Para isso, o planejamento inclui: percepção do ambiente interno e externo e da estratégia organizacional, escolha de ferramentas e técnicas de melhoria, estabelecimento do plano de implementação, seleção de processos-chave para a estratégia organizacional, e formação de equipes, planejamento e gerenciamento de projetos de melhoria.
- f) A prática de Modelagem de Processos: relacionada à documentação e compreensão de como as atividades ocorrem. Davenport (2005) considera modelar processos como a forma de representar as atividades em gráficos que normalmente incluem eventos, estágios e propriedades. A modelagem de processos é uma atividade primordial para as demais práticas de BPM, pois todas as atividades à jusante precisam do modelo de processos.
- g) A Análise de Processos: tem como objetivo verificar, validar, e identificar possíveis melhorias em processos e agrega metodologias com a finalidade de entender os processos atuais com foco nas metas e objetivos estabelecidos pelo planejamento de BPM.
- h) A prática de Melhoria de Processos: incorpora metodologias para a otimização de processos, como metodologias da gestão da qualidade. Ela conecta-se principalmente com a prática de modelagem, análise e implementação de processos.
- i) A Medição, Monitoramento e Controle de Processos: compreende as atividades de registrar o desempenho dos processos ao longo do tempo, desta forma, auxiliando as práticas de planejamento de BPM, modelagem e melhoria de processos.
- j) A prática de Simulação de Processos: diretamente relacionada à modelagem e análise de processos cujo objetivo é simular, através da execução de modelos de processos, diversos cenários. O que torna sua aplicação bastante importante para a organização pois é por meio dela que a mesma poderá criar diversos parâmetros e chegar a possíveis resultados que lhe darão subsídios a qual decisão tomar no gerenciamento da empresa.
- k) A Implementação de Processos e Sistemas de Apoio: engloba as atividades que garantem o suporte à implementação e à execução dos processos como por exemplo, o suporte à implementação de novos processos e de testes de soluções, implementação de planos de transferência de tecnologias, etc.

1) A prática de Modelos de Ciclos de Vida de BPM: consiste na maneira de adotar modelos de referência iterativos para a gestão dos processos de negócio. As atividades desses modelos normalmente são: planejamento, modelagem, análise, melhoria e medição de processos de negócio. Outra de suas características são a melhoria contínua e a retroalimentação do plano estratégico da organização.

O que se lê em Valle e Oliveira (2009) é que o método BPM possibilita que, mediante execução e de um controle mais eficaz, processos possam ser melhorados em qualquer área. Os processos de negócio podem ser definidos como grupos de decisões, abordagens, práticas e atividades logicamente relacionados. O gerenciamento de processos, visto de uma maneira geral na concepção dos autores aqui citados, lida com os aspectos como análise, implementação e integração de estratégias, monitoramento e otimização do trabalho, tendo um toque requintado da tecnologia de informação na colaboração para um produto ou serviço mais eficiente e mais eficaz.

2.3.2 *Fluxograma de processos*

Segundo Cury (2000), fluxograma é uma apresentação esquemática, racional e sistemática de um processo por meio de um gráfico universal, cujo objetivo é facilitar a compreensão da exata tramitação de certo fluxo de trabalho, representado por símbolos representativos, além de textos elucidativos. Tanto os textos como os símbolos são dispostos no esquema de acordo com certas regras, de uso generalizado (CURY, 2000). Segundo Peinado (2007, p.149), “fluxogramas são formas de representar, por meio de símbolos gráficos, a sequência dos passos de um trabalho para facilitar sua análise”.

De acordo com Guilherme Alonço (2017), o fluxograma de processos é uma representação gráfica que retrata os passos e etapas sequenciais de um determinado processo, que simplifica a representação do fluxo de informações, o fluxo de atividades, entre outros elementos que compõe cada tipo de processo em uma organização. Segundo Cury (2000), os símbolos utilizados no fluxograma têm por finalidade colocar em evidência a origem, o processamento e o destino da informação.

Ainda segundo Alonço (2017), o fluxograma de processos pode ser usado como ferramenta de suporte à gestão da informação, uma vez que auxilia na produção, coleta e disponibilização da informação, bem como, na classificação e recuperação da informação

resultando na prática, um importante recurso no apoio à tomada de decisão no ambiente empresarial.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Em seu tipo, a pesquisa configura-se como descritiva. Conforme explica Silva e Menezes (2005, p.21), a pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de levantamento.

Quanto à abordagem, o estudo caracteriza-se como quali-quantitativo pois buscou, através de dados descritivos, o entendimento do objeto de pesquisa ao passo que foi possível a obtenção de dados quantitativos inerentes à fabricação e vendagem de tapiocas que viabilizaram a identificação de algumas informações relevantes produzidas neste processo e possivelmente auxiliariam em tomadas de decisões.

Os métodos utilizados foram: o Bibliográfico/Documental, pois, usufruiu-se de materiais escritos (científicos ou não) já elaborados para a estruturação do referencial teórico; e o Estudo de Caso, pois foi necessária uma análise aprofundada do objeto de estudo de uma maneira que permitisse seu amplo e detalhado conhecimento e domínio.

Nos procedimentos de coleta dos dados, se utilizou de entrevistas semiestruturadas com dois vendedores de tapioca, atuantes em pontos diferentes da região metropolitana do Recife. Ambos foram entrevistados entre os meses de maio e junho de 2018.

A primeira entrevistada foi a senhora Maria da Conceição, mais conhecida como “Irmã Ceça” na comunidade onde vive (na apresentação dos resultados será denominada vendedora 1). Irmã Ceça é vendedora de tapioca há 18 anos no Ibura, bairro localizado na zona sul do Recife. Uma senhora com deficiência física congênita, a Irmã Ceça, é aposentada e hoje encontra na venda de tapiocas um modo de reforçar a sua renda mensal e assim ajudar nos custos da casa e da família. Mas não foi sempre assim, por muito tempo a sua única renda era a venda de tapioca e mungunzá. Foi durante esse período que ficou conhecida no bairro, quando era vista constantemente nas ruas vendendo seus produtos acomodados em carrinho de mão.

O segundo entrevistado foi o senhor Adailton (na apresentação dos resultados será denominado vendedor 2), vendedor de tapioca há cinco anos na praça do Derby, região central do Recife. Ele viu na venda de tapiocas uma oportunidade de empreender e, logo após um ótimo escape para fugir da crise que começava a assolar o Brasil. Junto com ele, atuam mais três pessoas que o auxiliam na venda das tapiocas, um deles é filho do senhor Adailton. Dessas três

peessoas que atuam junto com o senhor Adailto, nenhuma é registrada como trabalhador assalariado e todas utilizam a renda para investir em seus estudos e como uma maneira de garantir sua independência dos pais.

Como instrumento de coleta dos dados foi elaborado um questionário padrão com dez perguntas para ser utilizado nas entrevistas com os dois vendedores. O uso do questionário foi primordial para que fosse possível iniciar a conversa com os vendedores. Na medida em que as perguntas iam sendo realizadas, ao depender de suas respostas, era possível adentrar mais a fundo no assunto realizando outras perguntas que não se encontravam no script, e os próprios vendedores se sentiam mais à vontade em relatar suas experiências pessoais tanto de vida quanto na venda de tapioca e no comércio ambulante.

As 10 perguntas padrão foram as seguintes:

- a) Quais sabores de tapioca você vende?
- b) As tapiocas são feitas na hora da venda ou são montadas antes?
- c) Quais os sabores mais vendidos?
- d) Quantas unidades são fabricadas?
- e) Onde são adquiridos os materiais para a fabricação das tapiocas?
- f) Como é realizado o processo de preparo da goma de mandioca?
- g) Como é realizado o processo de preparo dos recheios?
- h) Como é realizada a venda das tapiocas (dias, horários e modo de venda)?
- i) Quais são as características dos consumidores da tapioca vendida por você?
- j) Quanto custa e como é a forma de pagamento das tapiocas?

As respostas das entrevistas foram anotadas e depois transcritas para modelar o processo e para descrever a dinâmica do trabalho do setor informal de produção e venda de tapioca.

3.1 FERRAMENTA PARA ANÁLISE DOS DADOS

Diversas são as notações para modelagem de processos disponíveis na literatura, mas neste trabalho foi utilizada a *Business Process Model and Notation* (BPMN), CBOK versão 3.0. Os principais elementos utilizados podem ser visualizados no Quadro 01.

Na primeira fase foram reunidas as informações a respeito do processo estudado, possibilitando, assim, a realização do desenho e conseqüente modelagem por meio da utilização dos gráficos universais do fluxograma. O mapeamento ou modelagem é a atividade de representação dos processos da organização e possibilita visualizar as diversas atividades, por

meio de um fluxo de como são executadas, desde seu início até alcançar seu objetivo final (BPM CBOOK, 2013).

O processo de produção e venda da tapioca foi mapeado mediante utilização do software *Bizagi Modeler* (BIZAGI, 2018). O referido software se apresenta como um instrumento de apoio ao gestor da informação por possibilitar não só a implantação, concepção e estruturação, mas, também, a disponibilização, via rede interna ou intranet, de tudo o que foi discutido e representado em forma de fluxograma de processos. Além de mapeado, a dinâmica da produção e venda de tapioca do setor informal fora descritos.

Quadro 1 - Notação BPMN utilizada na modelagem dos processos

Elemento	Definição	Representação Gráfica
Eventos	Representados graficamente por um círculo, simbolizam o início e o fim de um acontecimento durante o curso do processo.	
Atividades	Representadas graficamente por um retângulo com bordas arredondadas, simbolizam uma tarefa específica.	
Fluxo de sequência	Representado graficamente por uma seta com linha sólida e pontiaguda, mostra a ordem das atividades no processo.	
Pool (Bloco)	Representados graficamente por um retângulo, mostram as atividades de um processo relacionadas a um determinado setor participante.	
Lane	Representadas graficamente por um retângulo com divisões, servem para subdividir um pool quando há mais de um setor participante no processo, organizando e categorizando as atividades exibidas.	

Fonte: Adaptado de BPM CBOK (2013).

As informações produzidas na execução dos processos foram identificadas após análise dos fluxos dos processos, conforme relatados pelos entrevistados. Essas informações foram elencadas e registradas. Em um quadro, no primeiro campo foram elencadas as etapas do processo, num segundo campo as informações produzidas e, num terceiro campo, como poderiam ser armazenadas.

Posteriormente essas informações foram analisadas no sentido de examinar qual o trabalho de inteligência que os vendedores ambulantes do setor informal de produção e venda de tapioca poderiam realizar com base nessas informações. Ou seja, buscou-se explorar quais informações poderiam ser relacionadas e contextualizadas para demonstrar o uso dessas informações como recurso de gestão dos processos de produção e venda da tapioca.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção são apresentados os resultados do estudo. O mapeamento do fluxo visou a compreensão da tramitação do fluxo de trabalho informal de ambos os vendedores, por meio da descrição das etapas inerentes à fabricação e à venda de tapioca.

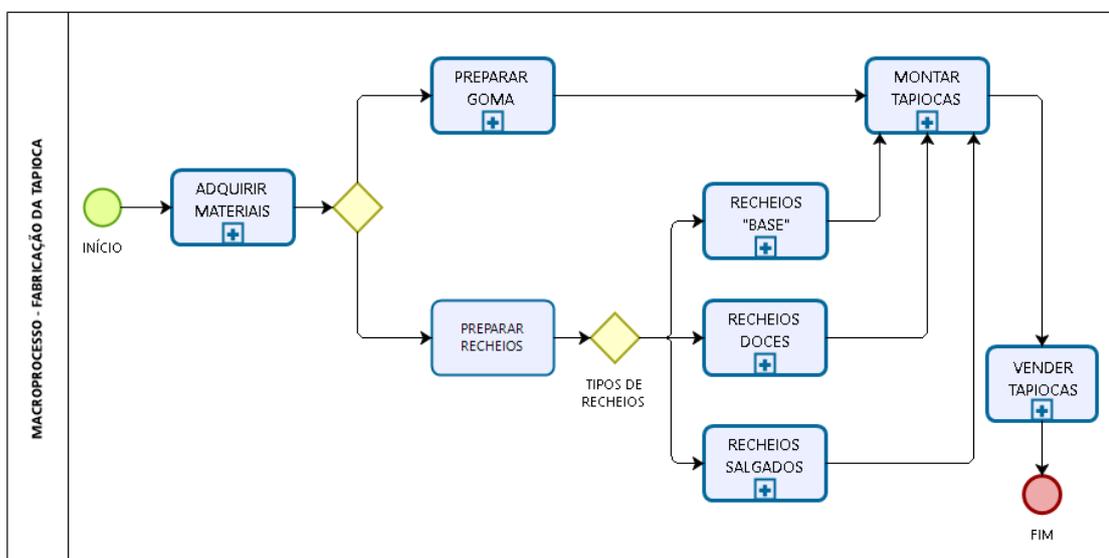
Iniciando pela vendedora 1, o mapeamento dos processos de produção e venda de tapioca dos dois vendedores é apresentado, em primeiro lugar o macroprocesso que é, posteriormente, desdobrado em subprocessos. Posteriormente, o mesmo procedimento é realizado com o vendedor 2.

Ainda apresentando respostas aos objetivos específicos, identificam-se as informações produzidas na execução dos processos 1 e 2, e, em seguida, se discute o uso dessas informações como recurso de gestão dos processos de produção e venda da tapioca.

4.1 O PROCESSO DE PRODUÇÃO E VENDA DE TAPIOCA DA VENDEDORA 1

A **Figura 2** apresenta o fluxograma do processo de produção da vendedora 1, (da Irmã Ceça). O processo inclui subprocessos desde a compra dos materiais, passando pela preparação da goma de mandioca e dos recheios, pela montagem das tapiocas até a venda. Todas esses subprocessos são detalhados nas **Figuras 3, 4, 5, 6, 7, 8 e 9**.

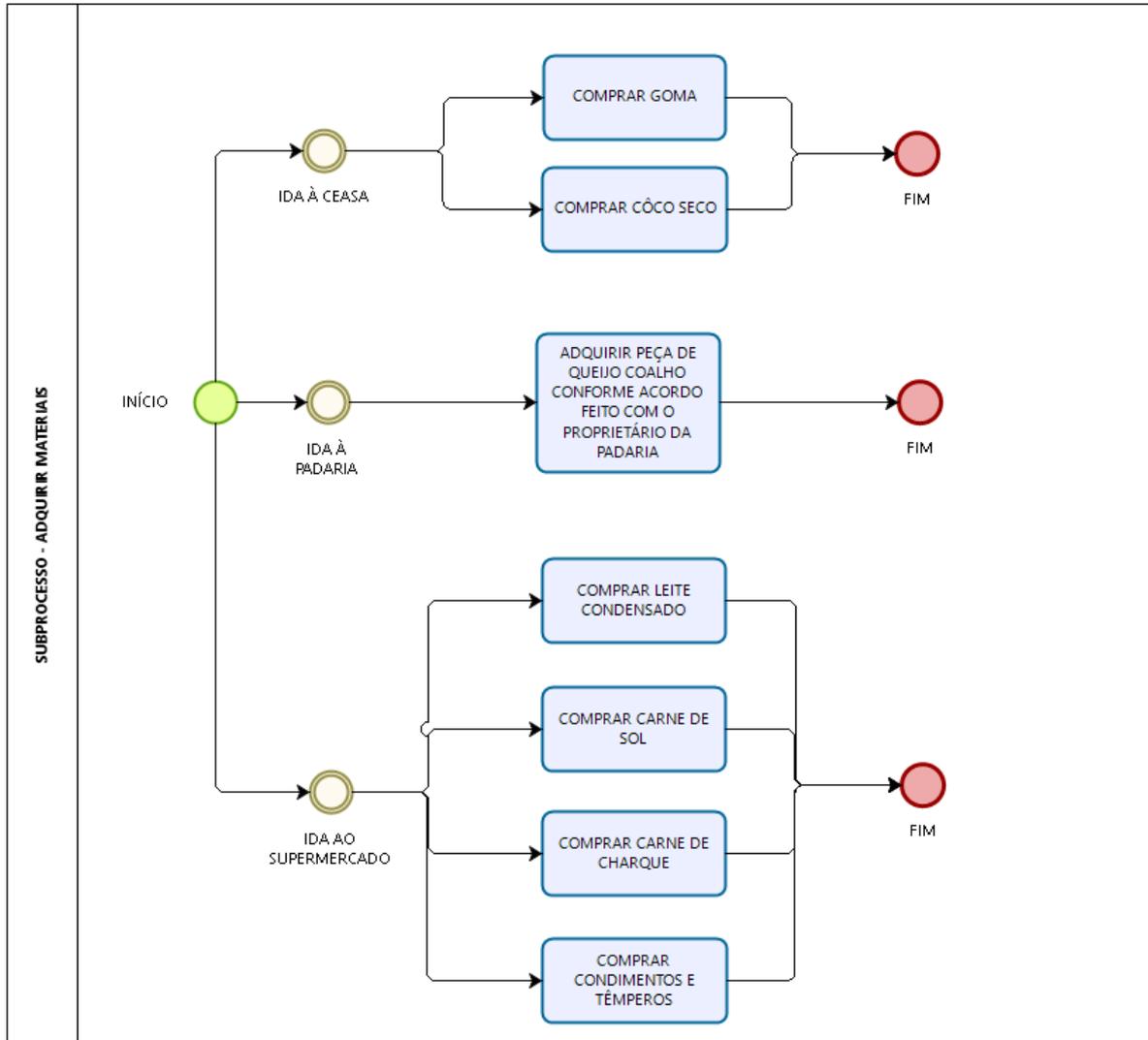
Figura 2– Macroprocesso de produção e venda de tapioca da vendedora 1



Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da pesquisa (2018).

Como se lê na **Figura 3**, o **subprocesso de aquisição de materiais** inicia com a compra dos ingredientes.

Figura 3- Subprocesso de aquisição de materiais da vendedora 1



Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da pesquisa (2018).

Os ingredientes utilizados para a fabricação das tapiocas são adquiridos em três pontos de fornecimento diferentes: Centro de Abastecimento e Logística de Pernambuco (Ceasa – PE), Padaria e o Supermercado, estes dois últimos localizados no mesmo Bairro onde reside a vendedora. No Ceasa é realizada a compra da goma de mandioca e o coco seco.

O queijo coalho é adquirido na padaria do bairro. Inclusive, durante a entrevista, a vendedora revelou que ela possui um acordo firmado informalmente (“boca a boca”) com o

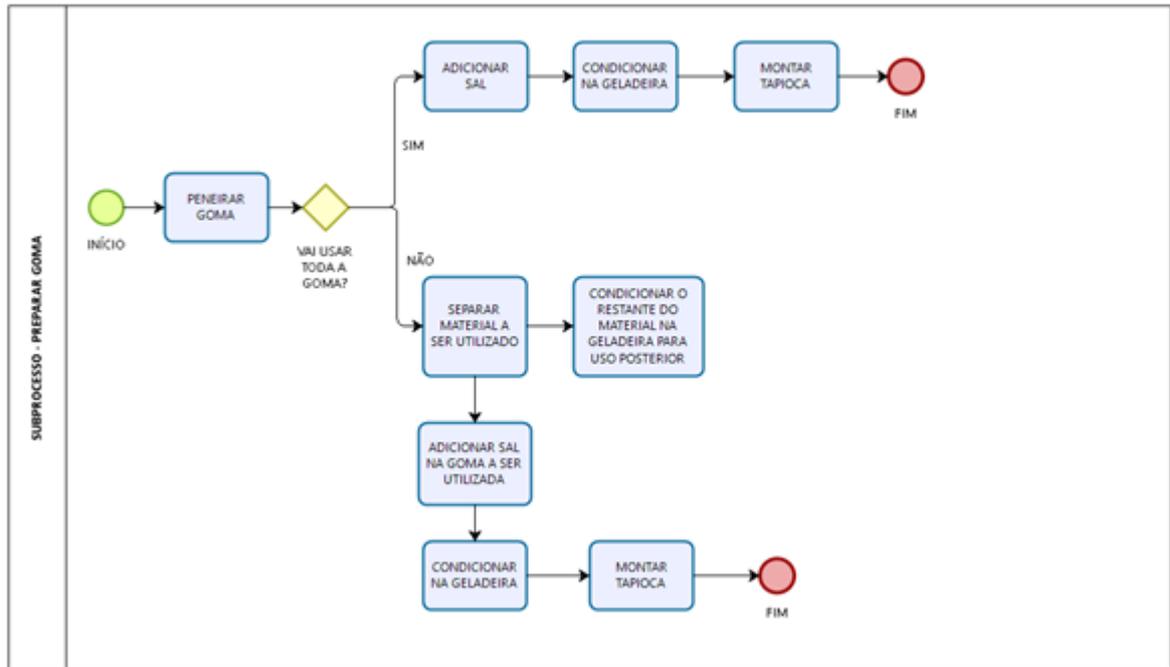
dono da padaria: ele adquire peças de queijo coalho para a venda na padaria e repassa algumas à Irmã Ceça. Como o proprietário da padaria realiza grandes compras, ele consegue comprar a um preço mais abaixo, e, assim, a vendedora 1 consegue economizar pagando mais barato um insumo bastante utilizado na produção das tapiocas. É válido também ressaltar o cuidado que a vendedora 1 quanto à salga do queijo, sempre escolhe as peças mais insossas, devido à preocupação com os seus clientes, assunto esse que será tratado mais à frente.

O queijo coalho é um tipo de queijo, produzido por fermentação e coagulação, tradicionalmente fabricado e amplamente consumido aqui na região Nordeste do Brasil, especialmente usado como recheio da tapioca. Segundo Nassu, Macedo e Lima (2006) a produção do queijo coalho inicia com a recepção do leite, pasteurização, adição de fermento (coalho), coagulação, corte da coalhada, mexedura, cozimento da massa, salga, amoldar na forma (enformagem), prensa e viragem, maturação, embalagem e armazenamento. Os estados do Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba e Pernambuco são os maiores produtores do queijo de coalho.

No mercado, são adquiridos os demais ingredientes, tais como o leite condensado, a carne de sol, a carne de charque, os condimentos e os temperos.

Os subprocessos do preparo **tanto da goma quanto dos recheios** são realizados após a compra dos ingredientes. O subprocesso de **preparo da goma de mandioca**, apresentado na **Figura 4**, inicia com a peneiração da goma de mandioca. A vendedora 1 realiza essa ação na noite anterior à venda.

Figura 4- Subprocesso de preparo da goma de mandioca da vendedora 1



Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da pesquisa (2018).

Geralmente é peneirado cerca de 1,5kg da goma de mandioca. A goma peneirada é utilizada em até três dias sendo que o material que será utilizado no dia seguinte é separado do material que não será de uso imediato para não haver risco de contaminação com os instrumentos utilizados na montagem das tapiocas (talheres). Além disso, evita-se a constante retirada da geladeira pondo em risco a integridade do produto (azedar ou estragar a goma). Ambas são separadas em potes plásticos diferentes armazenados na geladeira. Na fração da goma que será utilizada é adicionado apenas uma pitada de sal momentos antes de ser levada ao fogo. Na outra parte, o sal só será adicionado quando a goma for utilizada.

O **preparo dos recheios** foi dividido em três subprocessos: recheios base, recheios doces e recheios salgados e podem ser visualizados nas **Figuras 5, 6 e 7**.

Os recheios base são os recheios encontrados em 100% das tapiocas, neste caso, o queijo coalho ou o coco ralado. Eles podem ser tanto o recheio principal quanto o recheio que acompanha os outros tipos de recheios, sejam as tapiocas doces ou salgadas.

Os recheios doces são usados nas tapiocas que levam leite condensado, e pode ser utilizado nas tapiocas recheadas com queijo coalho, coco ralado, ou naquelas que possuam os dois recheios.

Os recheios salgados são feitos com carne de charque ou carne de sol. Apenas o queijo coalho é o recheio que acompanha as carnes, pois o coco ralado, por possuir um sabor mais adocicado, causa estranheza ao paladar, tornando-se não muito agradável como recheio acompanhante das tapiocas.

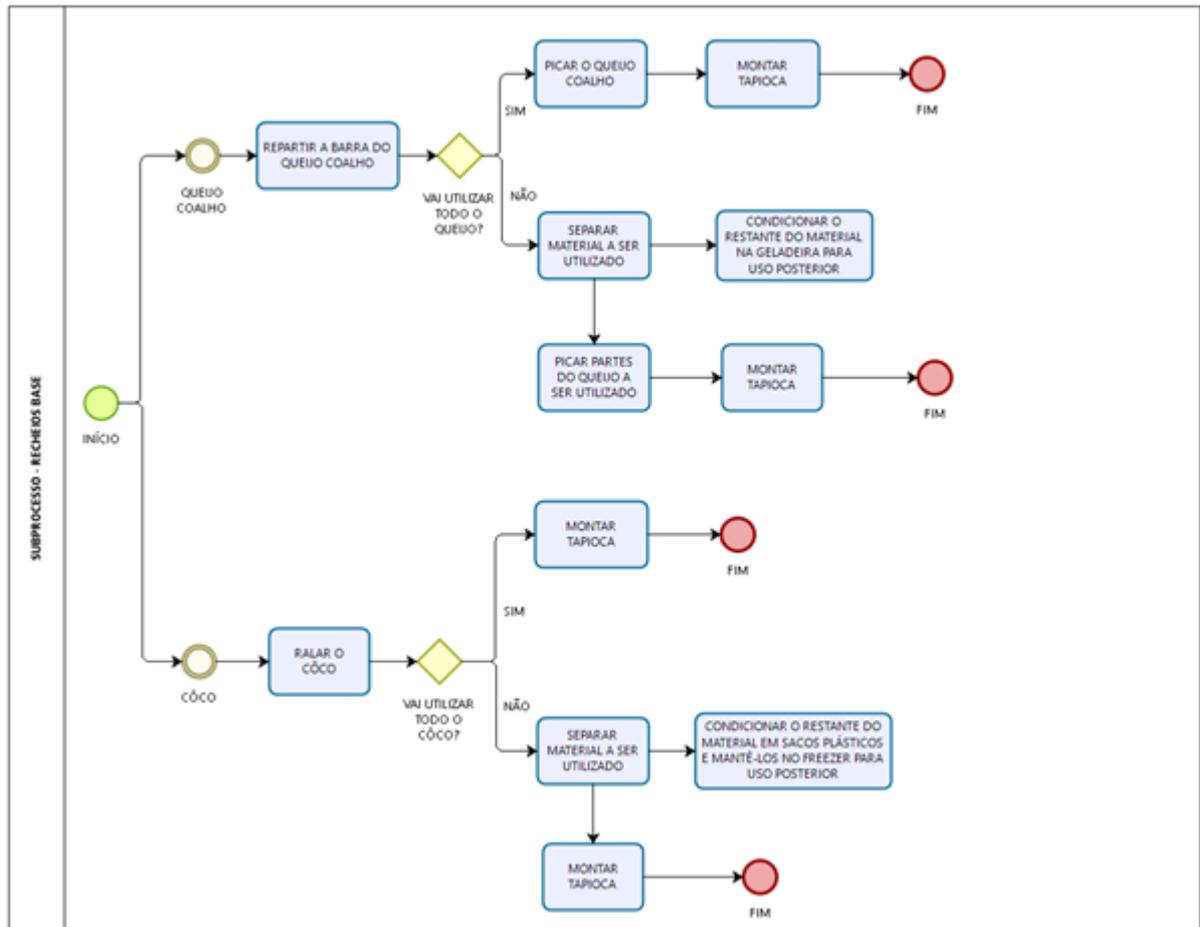
Como se lê na **Figura 5**, após o processo de compra da barra de queijo coalho, a mesma é repartida em grandes pedaços e armazenada em potes na parte mais fria da geladeira, para mantê-la bem condicionada.

No preparo das tapiocas, alguns desses grandes pedaços são retirados da geladeira e picados para serem inseridos na frigideira junto com a goma de mandioca. Só são retirados os pedaços que realmente serão utilizados, os outros são mantidos na refrigeração.

No decorrer dos dias de venda da tapioca (e do mungunzá), o coco é ralado e armazenado no *freezer* em sacos plásticos (a água extraída do coco é utilizada para a fabricação do leite de coco que será utilizado no mungunzá⁵). Na noite antes do preparo das tapiocas, é retirado do *freezer* uma parte desse coco ralado e colocado em temperatura ambiente para descongelar. Na hora da montagem da tapioca, o coco se junta à goma na frigideira.

⁵ Além da tapioca, a vendedora 1 também prepara e vende mungunzá.

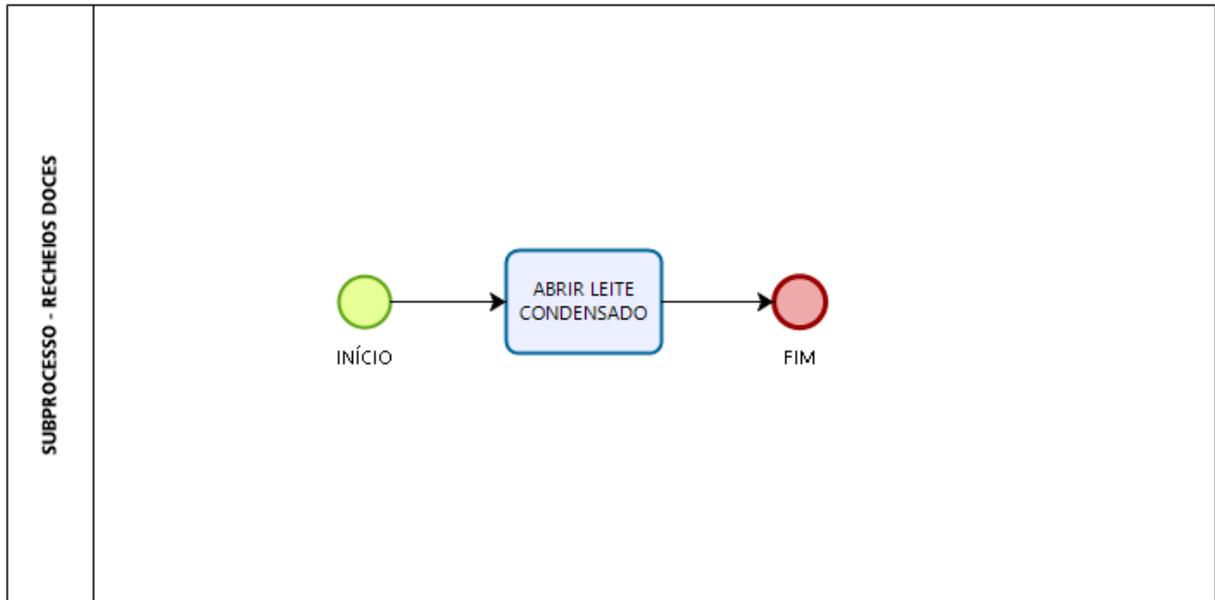
Figura 5- Subprocesso do preparo dos base da vendedora 1



Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da pesquisa (2018).

O **preparo do recheio doce com leite condensado** (ver **Figura 6**) é realizado durante a venda. São adquiridas caixas pequenas de leite condensado (leite condensado vendido em caixinhas estilo Tetra Pak) para não gerar perdas. No momento da venda, a vendedora 1 sai com duas caixas de leite condensado que são abertas gradualmente conforme a demanda.

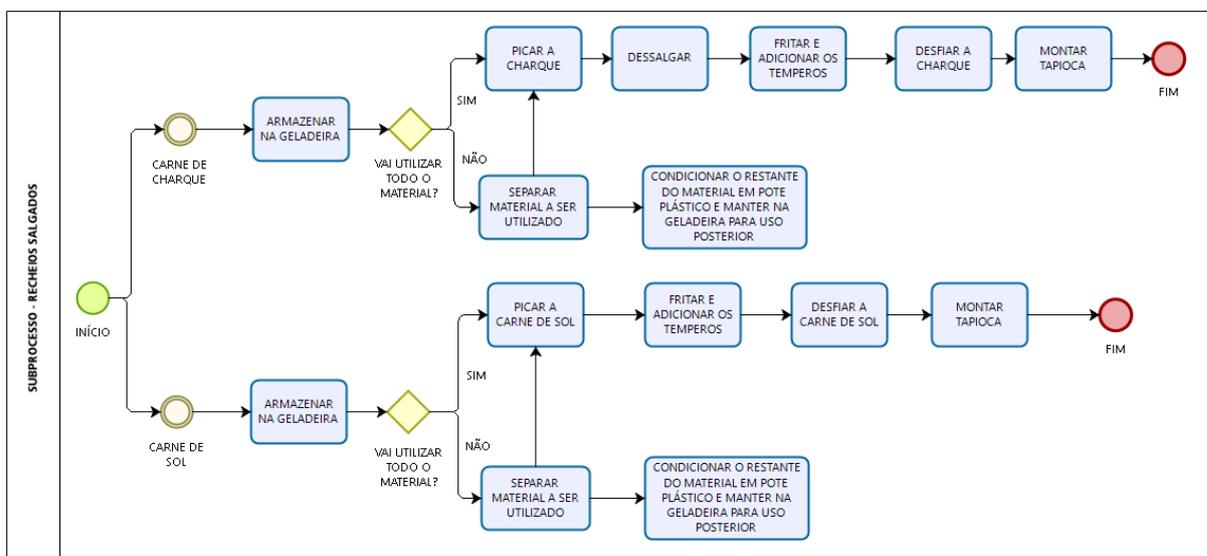
Figura 6– Subprocesso do preparo do recheio doce da vendedora 1



Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da pesquisa (2018).

O **subprocesso do recheio salgado preparado com carne de sol e charque** (ver **Figura 7**) inicia no dia anterior ao preparo das tapiocas, quando uma parte da carne é dessalgada, picada, temperada e frita.

Figura 7– Subprocesso dos recheios salgados da vendedora 1



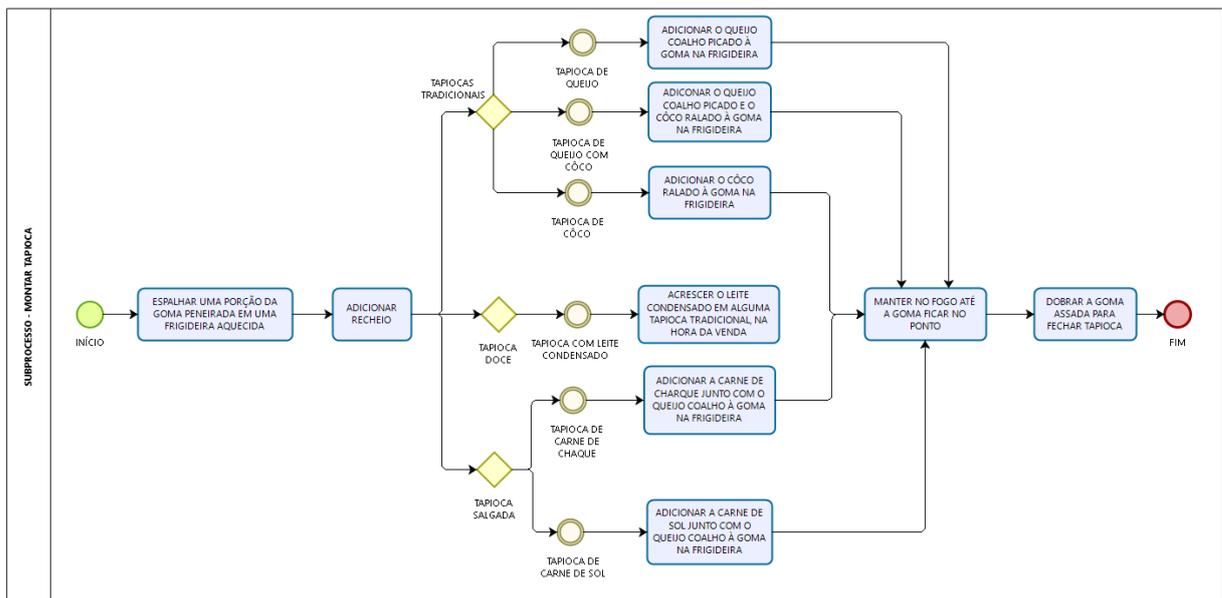
Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da pesquisa (2018).

Lembrando que, assim que adquirida, a carne de charque é armazenada na geladeira. O tempero é simples e caseiro, nada muito molhado para manter a charque sempre sequinha. Após preparado, o recheio é armazenado na geladeira e na manhã seguinte se junta à goma de mandioca e ao queijo coalho para a montagem da tapioca. O recheio da carne de sol é semelhante, porém passa antes pelo processo de dessalgue.

Vale salientar que em ambas as carnes, a vendedora admite selecionar as partes com menor quantidade de gordura, um cuidado com o colesterol de seus clientes, evitando assim um problema de saúde. “Eles podem morrer de tudo, menos dizer que foi por causa das minhas tapiocas”, comenta a irmã Ceça sorrindo.

O subprocesso de **montagem da tapioca** (ver **Figura 8**) consiste na tarefa de torragem da goma de mandioca, onde acontece a aglutinação da mesma, transformando-se em tapioca. Logo após é agregado os recheios preparados anteriormente.

Figura 8– Subprocesso montagem da tapioca da vendedora 1



Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da pesquisa (2018).

Em uma frigideira circular aquecida em fogo baixo, é inserida uma porção (cerca de duas colheres de sopa) da goma de mandioca peneirada. Minutos depois, quando a goma começa a se aglutinar, dando forma à tapioca, é acrescentado os recheios: o queijo coalho picado e/ou o coco ralado, no caso das tapiocas tradicionais; a carne de charque ou a carne de sol

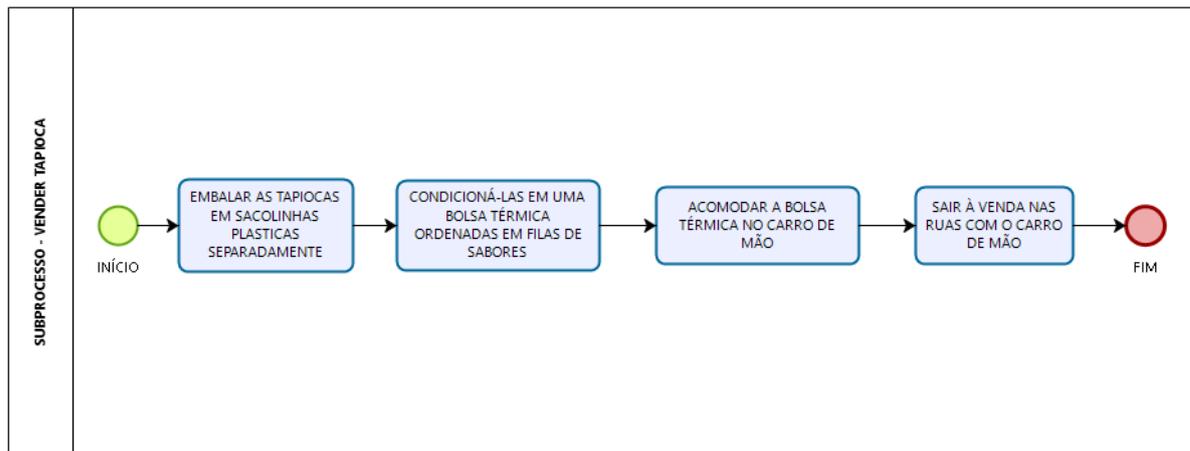
juntamente com o queijo picado, nas tapiocas salgadas. Em seguida, aguarda-se a torragem da goma ao ponto de estar apta a ser dobrada ao meio de modo que o recheio seja fechado pela goma.

No caso da tapioca doce, o leite condensado é inserido no momento da venda, onde o cliente escolhe qual sabor das tapiocas tradicionais (queijo, coco ou queijo com coco) será adicionado o leite condensado.

De acordo com a vendedora 1, em um dia, são preparadas geralmente 20 unidades da tapioca com queijo, 16 da tapioca com coco, 12 da tapioca de queijo com coco, 10 da tapioca com charque e 10 da tapioca com carne de sol. 50% são fabricadas para serem vendidas no turno da manhã e os outros 50% para o turno da tarde.

A etapa seguinte é a venda. O **subprocesso de venda das tapiocas** (ver **Figura 9**) inicia ainda na residência da vendedora 1, quando a mesma embrulha as tapiocas em sacos plásticos. As tapiocas já devidamente embrulhadas são condicionadas em uma bolsa térmica para mantê-las aquecidas durante todo o período de venda e acomodadas em seu carrinho de mão, seu instrumento de trabalho mais importante.

Figura 9– Subprocesso de venda das tapiocas da vendedora 1



Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da pesquisa (2018).

As vendas das tapiocas são realizadas sem ponto fixo, uma vez que a vendedora percorre todas as ruas do bairro da UR-02 do Ibura com seu carrinho de mão.

As vendas ocorrem nas segundas, quartas e sextas feiras e sábados. As vendas são realizadas em dois períodos do dia: no começo da manhã, das 07:00 às 09:00 horas, e no final da tarde, das 16:30 às 17:30 horas. Aos sábados o expediente é só pela manhã.

A idade dos clientes da vendedora 1 gira em torno entre 40 e 70 anos, a maioria deles moradores do bairro há mais de 25 anos e, na sua maior parte são constituídos por mulheres.

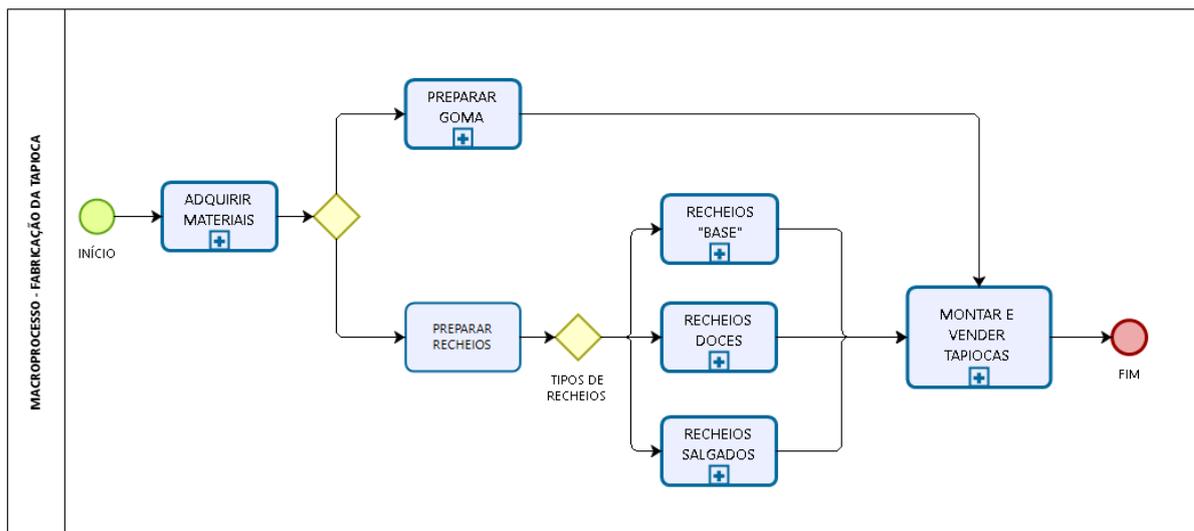
As tapiocas tradicionais são vendidas por R\$ 2,50. Às tapiocas que são acrescentadas leite condensado são vendidas por R\$ 3,00. E as salgadas são vendidas por R\$ 3,50. O pagamento é sempre a vista, em espécie. Aos clientes mais antigos, a vendedora permite vender fiado.

Ao chegar próximo ao fim das vendas e a vendedora perceber que existem algumas tapiocas que não forem vendidas, ela oferece um “combo” de mungunzá + tapioca ao cliente evitando assim que haja desperdício de tapioca, uma vez que as tapiocas remanescentes não estariam mais adequadas para serem vendidas no turno posterior ou no próximo dia de vendas.

4.2 O PROCESSO DE PRODUÇÃO E VENDA DE TAPIOCA DO VENDEDOR 2

A **Figura 10** apresenta o fluxograma do processo de produção do vendedor 2, o senhor Adailton. Semelhante a vendedora 1, o processo de produção do senhor Adailton inclui atividades desde a compra dos materiais, passando pela preparação da goma de mandioca e dos recheios, com uma diferença: a montagem e a venda das tapiocas estão incluídas em único subprocesso. Tais atividades são detalhadas a seguir.

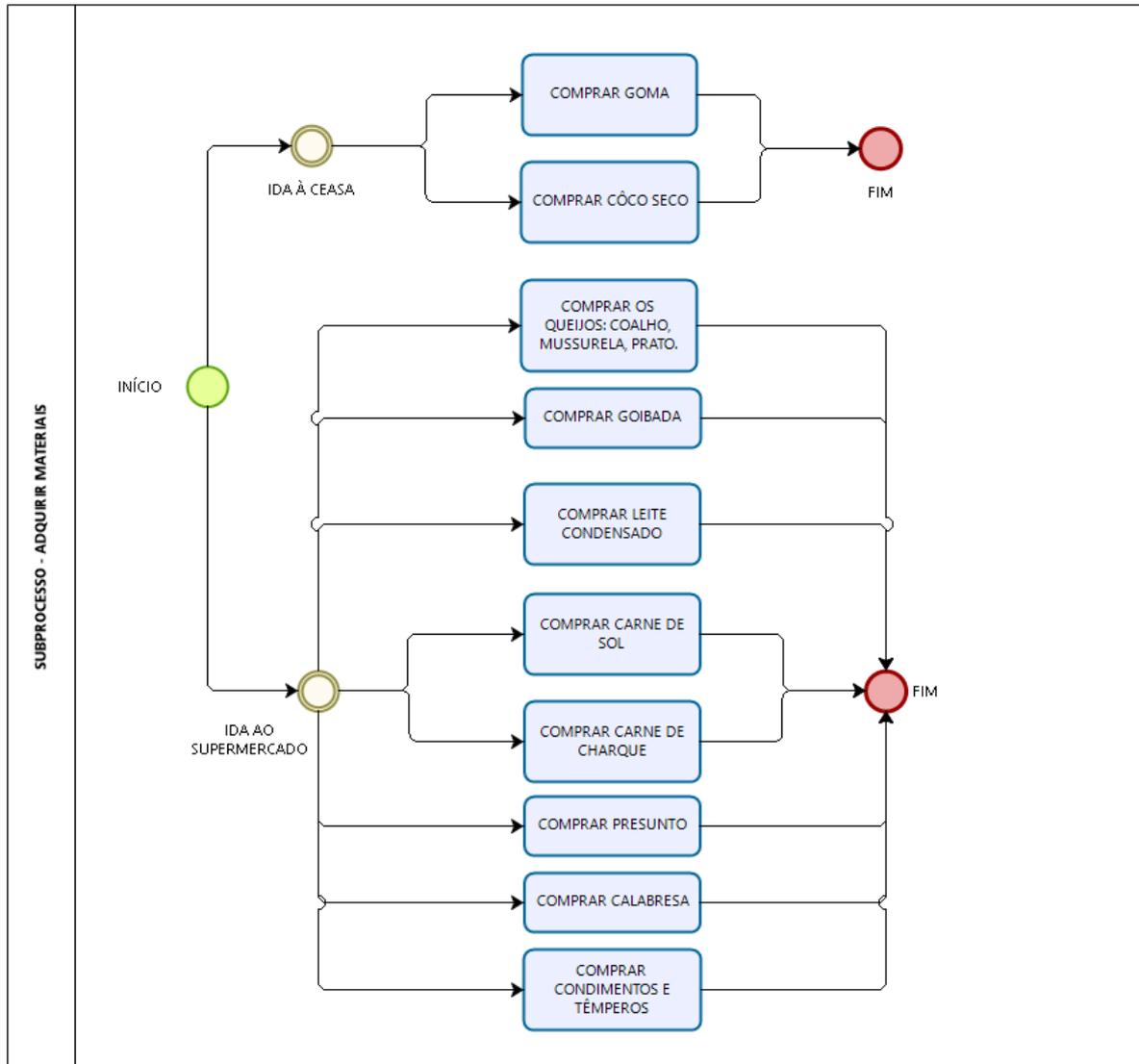
Figura 10– Macroprocesso de produção e venda de tapioca do vendedor 2



Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da pesquisa (2018).

O **subprocesso de aquisição de materiais** (ver **Figura 11**) diz respeito à compra dos ingredientes utilizados para a fabricação das tapiocas, adquiridos em dois pontos de vendas diferentes: o CEASA e o Supermercado. No CEASA é realizada a compra da goma de mandioca e do coco seco.

Figura 11– Subprocesso de aquisição de materiais do vendedor 2



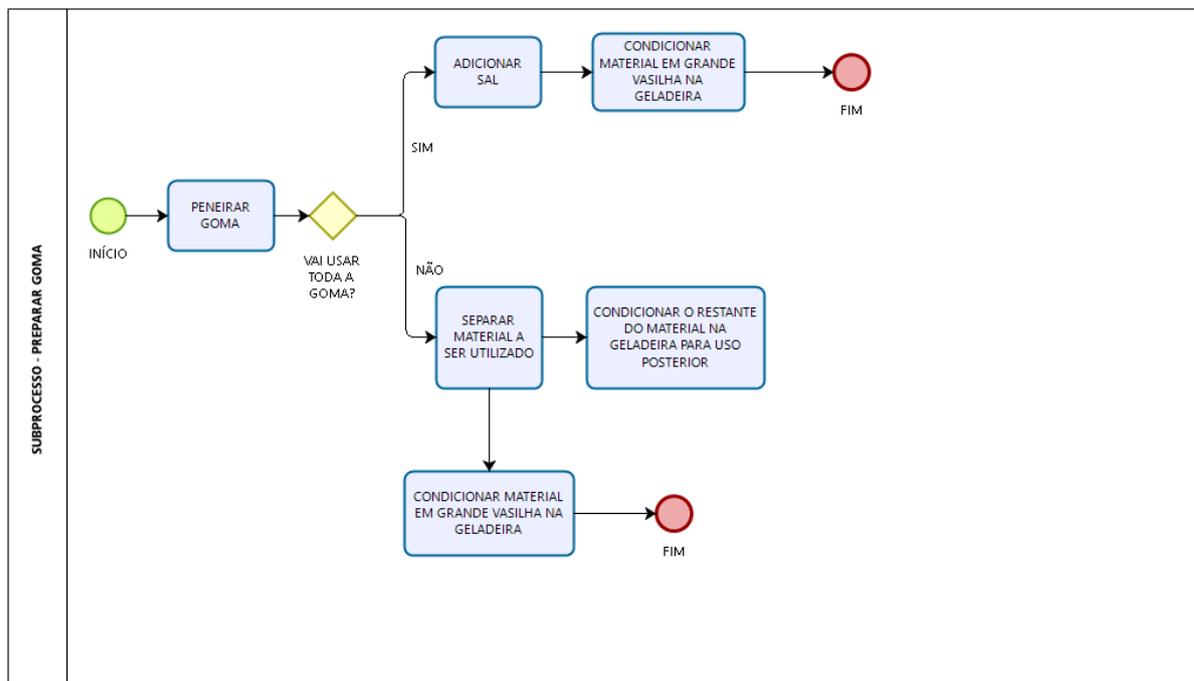
Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da pesquisa (2018).

Na entrevista, o vendedor 2 diz que cogita a possibilidade de a goma de mandioca ser adquirida diretamente por um fornecedor. Os demais produtos, como por exemplo, os utilizados para a criação dos recheios, são adquiridos no supermercado. O tipo de supermercado frequentado para a compra desses produtos, são aqueles que vendem em atacado como por exemplo segundo citado pelo próprio vendedor: o Atacadão, o Deskontão e o Assaí. Segundo ele, não há uma preferência sobre qual supermercado comprar. Segundo ele, “compra-se onde o preço está mais em conta” (vendedor 2, 2018).

Quanto aos produtos, ele prefere manter um padrão de comprar sempre a mesma marca, e assim manter um tipo de controle, caso algum cliente reclame sobre o sabor do produto, dependendo da frequência de reclamações, ele ter como fazer a substituição do insumo e utilizar uma outra marca para testes.

O subprocesso **preparo da goma de mandioca** que é representado na **Figura 12** inicia pelo preparo da goma de mandioca. O preparo inicia-se com a peneiração de mais de 5,0kg da goma de mandioca. Semelhante a vendedora 1, a goma peneirada tem um prazo de utilização de até três dias. Após peneirada, é adicionado sal apenas na fração da goma que será utilizada na venda do dia. Na porção restante só será adicionado o sal no dia que for utilizada. Ambas as partes são condicionadas em grandes vasilhas de plástico na geladeira.

Figura 12– Subprocesso preparo da goma de mandioca do vendedor 2



Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da pesquisa (2018).

O subprocesso de **preparo dos recheios** do vendedor 2 também foi dividida em três subprocessos: recheios base; recheios doces e recheios salgados.

Os recheios base tratam-se dos recheios que são encontrados tanto nas tapiocas tradicionais quanto nas tapiocas doces. Neste caso, os recheios base são o queijo coalho e/ou o coco ralado.

Os recheios doces compreendem as tapiocas que podem levar os seguintes acompanhamentos: goiabada, brigadeiro, brigadeiro branco, doce de leite ou leite condensado. Tais acompanhamentos podem ser utilizado nas tapiocas recheadas com queijo coalho, coco ralado, ou nas que possuam os dois recheios.

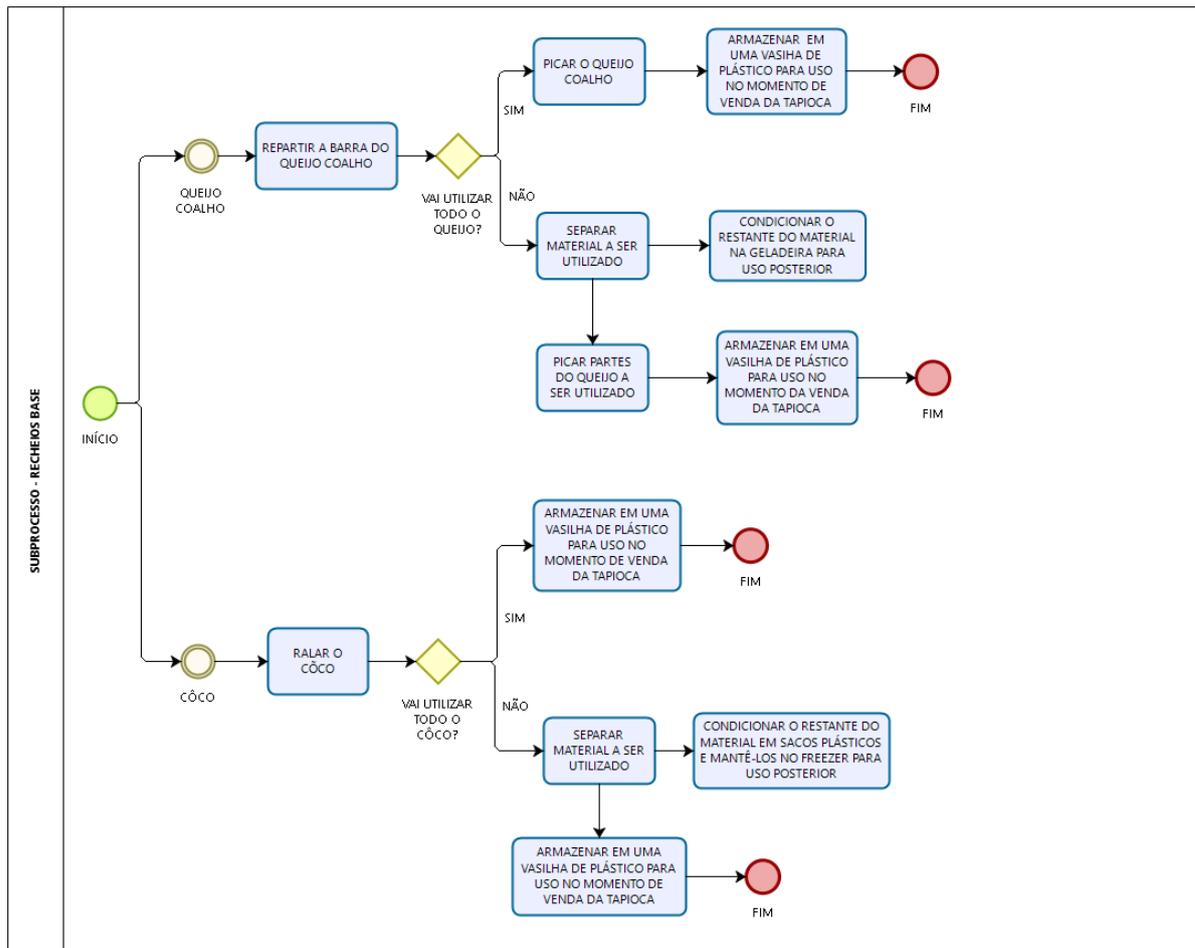
Os recheios salgados compreendem as tapiocas que podem ser recheadas com: queijo muçarela, queijo coalho, presunto, calabresa, carne de charque, carne de sol, catupiry ou frango.

No modo de venda desse vendedor, o cliente pode escolher os sabores da tapioca, e o preço varia dependendo de quantos recheios são acrescentados.

O **subprocesso do recheio base** (ver **Figura 13**) do queijo coalho inicia após o processo de compra da barra de queijo coalho, quando a parte que não será utilizada é armazenado na geladeira. A outra parte é picada e armazenada em uma vasilha na geladeira. Esta mesma vasilha é levada para o ponto de venda onde é realizada a montagem das tapiocas. Diferentemente da vendedora 1, o senhor Adailton não se mostrou preocupado com a quantidade de sal contida no queijo coalho, nem durante a descrição da aquisição, nem durante o preparo do mesmo.

Em relação aos cocos, são raladas cerca de 05 unidades para uso em até cinco dias. Esta poupa de coco ralada é condicionada em uma vasilha plástica e mantida na geladeira. No momento da venda, uma parte desse coco é transferida para uma vasilha menor transparente onde ficará à vista dos clientes.

Figura 13– Subprocesso do recheio de base do vendedor 2

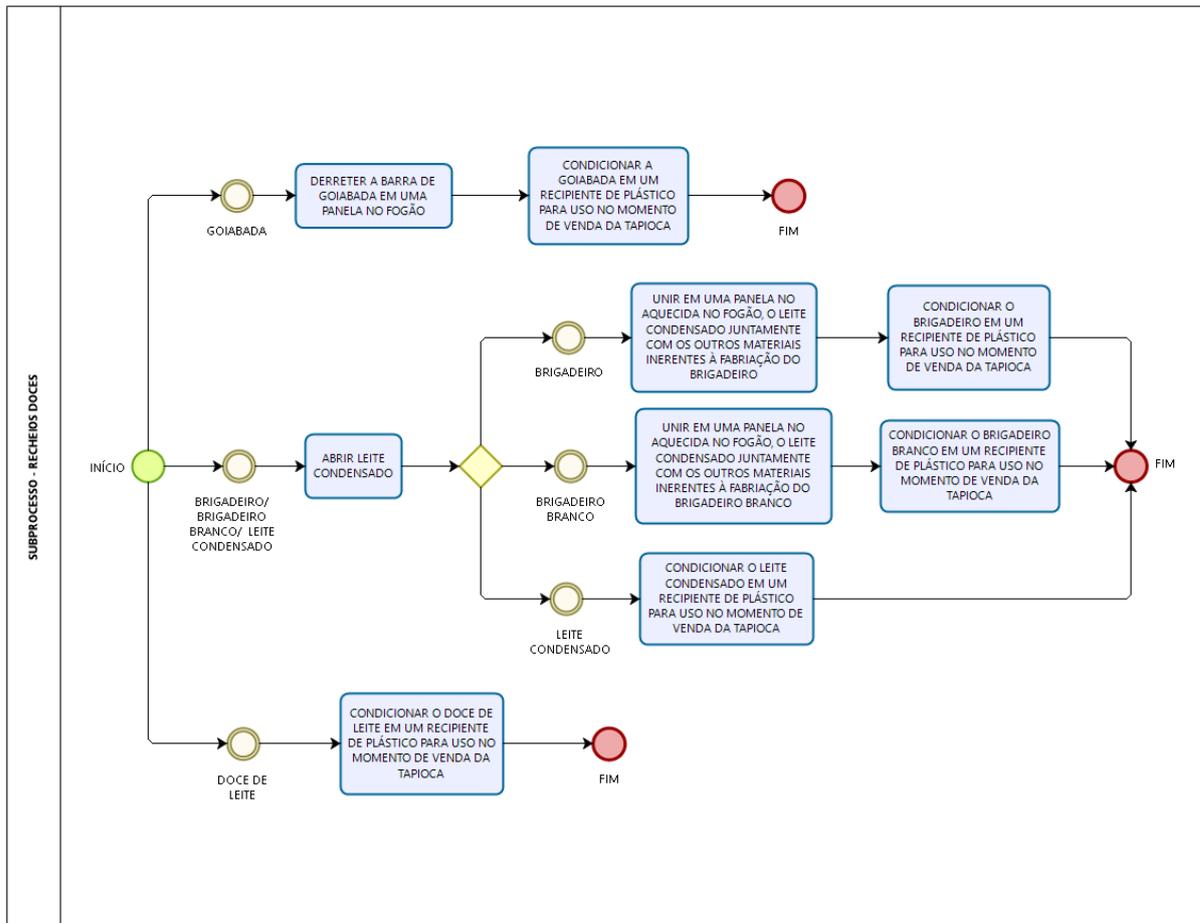


Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da pesquisa (2018).

Como se lê no **subprocesso de recheios doces** na **Figura 14**, o vendedor 2 possui uma gama maior de opções para ofertar aos seus clientes. Em relação à goiabada, após a compra dos potes do produto, é escolhida um deles para o processo de cocção com o intuito de transformá-la em uma calda com consistência espessa.

A goiabada é levada ao fogo em uma panela com um pouco de água para auxiliar no derretimento e não queimar o produto. A goiabada ficará em fogo médio até começar a dissolver. Quando estiver completamente dissolvida, permanece em fogo baixo só para que a goiabada derretida perca um pouco da água inserida, tornando-se um caldo mais grosso. Após chegar no ponto ideal, o fogo é apagado e é aguardado até que a goiabada esfrie por completo. Já em temperatura ambiente, a goiabada derretida é transferida para bisnagas de plásticos transparentes (semelhantes às que são utilizadas para armazenar ketchup).

Figura 14– Subprocesso de recheios doces do vendedor 2



Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da pesquisa (2018).

Tanto o brigadeiro quanto o brigadeiro branco têm como ingrediente principal o leite condensado e um pouco de creme de leite. Possuem processo de preparo semelhantes só que a única diferença é que o brigadeiro (tradicional) leva chocolate em seu cozimento, já o brigadeiro branco não.

Em uma panela é adicionado o leite condensado, um pouco de creme de leite e uma colher de manteiga ou margarina. É levado ao fogo baixo até ganhar consistência. É importante ressaltar que a consistência não pode ser a mesma que utilizada para um brigadeiro comum, ela deve ser mais pastosa, pois será utilizada para preencher a tapioca.

Após chegar ao ponto certo, o brigadeiro é retirado do fogo até que se esfrie por completo. Logo em seguida, tanto o brigadeiro quanto o brigadeiro branco são envasados em bisnagas plásticas transparente idênticas as utilizadas para a goiabada.

Como o leite condensado já possui uma forma líquida não é necessário passar por nenhum cozimento. O mesmo é apenas transferido de sua embalagem para uma bisnaga de plástico transparente.

O doce leite que o vendedor 2 compra já possui uma forma pastosa. Semelhante ao leite condensado, o mesmo é transferido de sua embalagem para uma bisnaga de plástico transparente.

Nas respectivas bisnagas utilizadas para armazenar os recheios doces há uma etiqueta informando a data que tal produto foi adicionado.

O **subprocesso dos recheios salgados** é relativo às opções por carne de charque, carne de sol, presunto, calabresa e frango, representado na **Figura 15**.

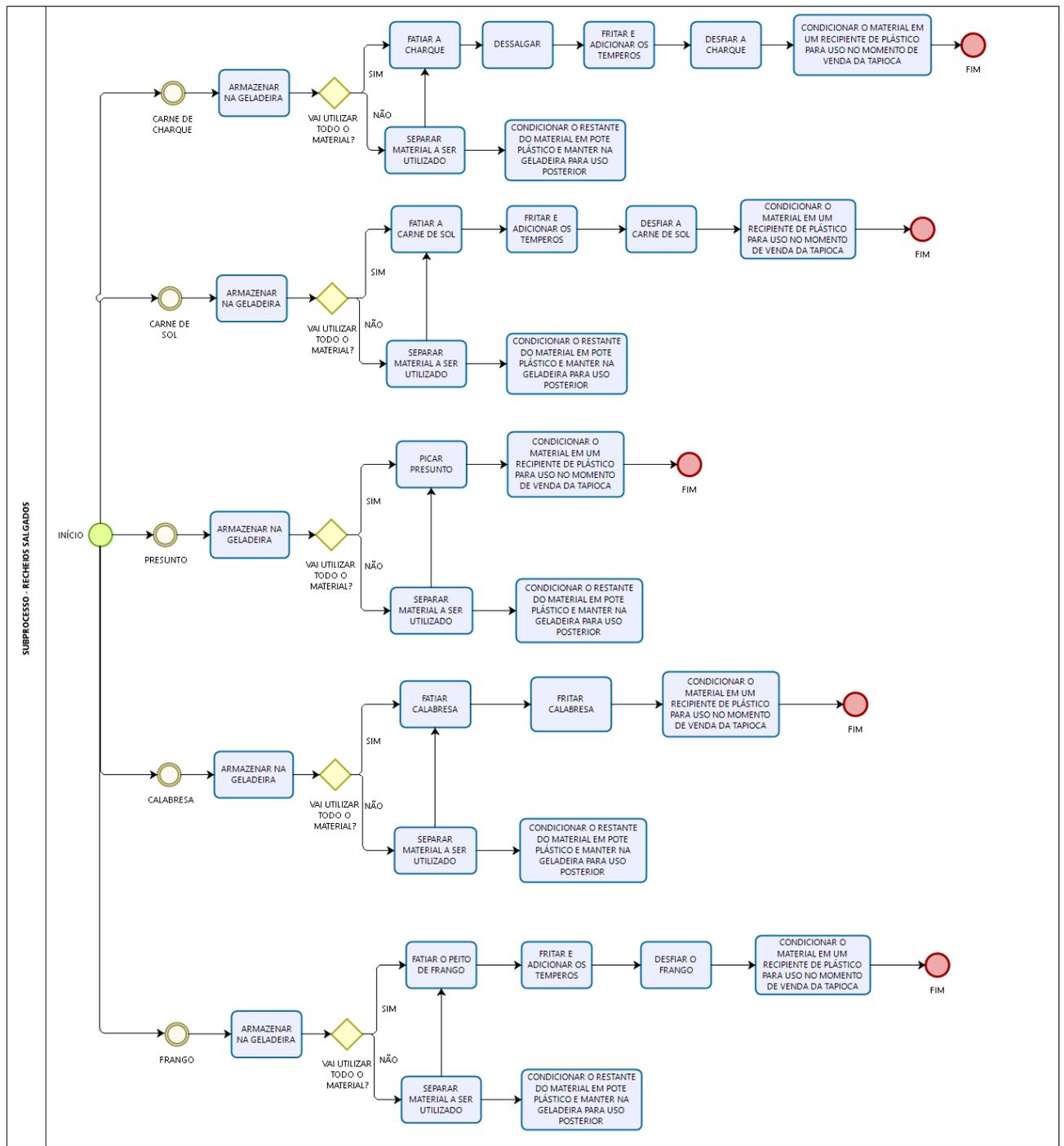
Assim que a carne de charque chega do supermercado é armazenada na geladeira. No momento de preparo do recheio, caso não seja utilizada toda a carne, é retirada uma parte para ser fatiada e a outra parte retorna à geladeira. A parte fatiada é posta para dessalgar em água fervente. Após o dessalgue, a carne de charque é frita e temperada. Logo em seguida é desfiada e armazenada em potes de plásticos transparentes que ficarão à mostra do cliente no momento da venda.

Em relação à carne de sol e frango, seus processos são semelhantes ao da carne de charque, retirando o momento de dessalgue.

Relativo ao presunto, assim que o produto chega do supermercado, é armazenado na geladeira. No momento de preparo do recheio, caso não seja utilizado todo o produto, é retirado uma parte deste para ser picado, a outra parte retorna à geladeira. A parte picada é armazenada em potes de plásticos transparentes que ficarão à mostra do cliente no momento da venda.

No que diz respeito à calabresa, do mesmo modo, assim que o produto chega do supermercado, é armazenado na geladeira. No momento de preparo do recheio, caso não seja utilizada toda a calabresa, é retirada uma parte desta para ser fatiada, a outra parte retorna à geladeira. A parte fatiada recebe uma leve fritada e é armazenada em potes de plásticos transparentes que ficarão à mostra do cliente no momento da venda.

Figura 15– Subprocesso dos recheios salgados da tapioca do vendedor 2

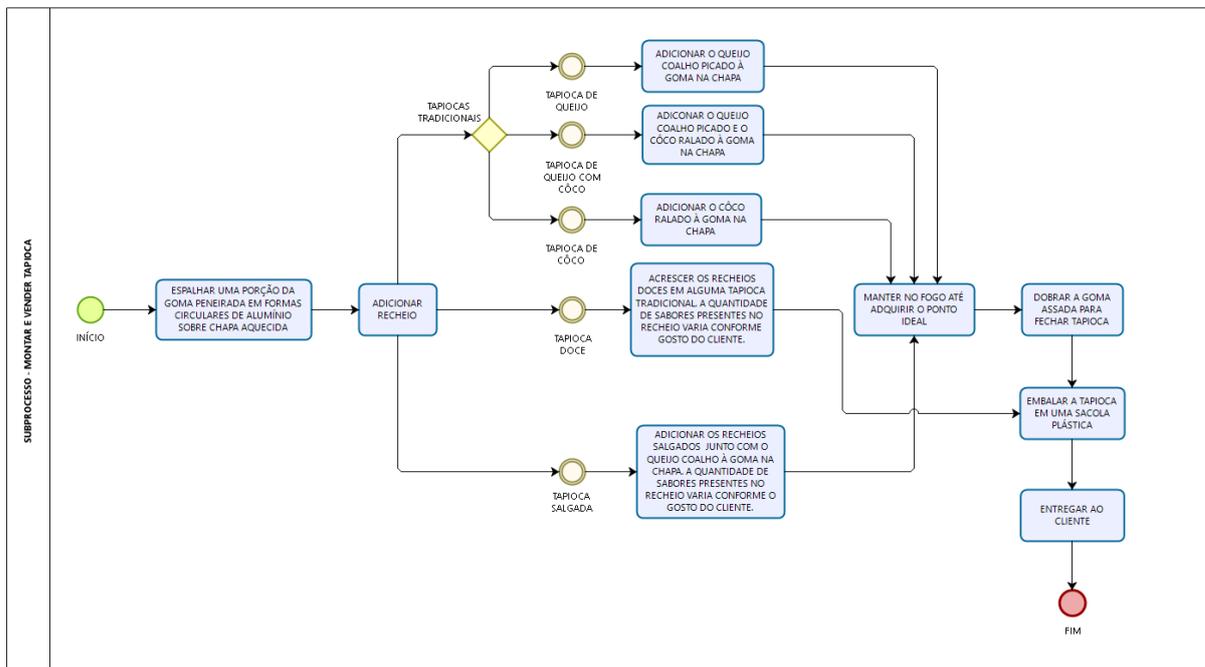


Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da pesquisa (2018).

Diferente da vendedora 1, o vendedor 2 não esboçou nenhum cuidado quanto aos produtos utilizados que poderiam porventura pôr em risco a saúde dos seus clientes no quesito de carnes muito gordurosas ou salgadas demais, etc. É interessante pontuar esse fato.

O subprocesso de montagem e venda das tapiocas está mapeado na **Figura 16**. A tapioca é feita na hora que é solicitada pelo comprador, como uma espécie de *fast-food*. A venda acontece em uma caminhonete equipada em sua caçamba com uma grande chapa à gás, prateleiras para suportar alguns ingredientes, formas circulares fabricadas em aço, utensílios de cozinha e bolsas térmicas para acomodação dos frios, da goma de mandioca e do coco ralado. Vale salientar que a caminhonete possui uma tenda para proteção tanto dos equipamentos e dos funcionários quanto dos clientes que porventura queiram permanecer por ali em caso de chuva.

Figura 16– Subprocesso de montagem e venda das tapiocas do vendedor 2



Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da pesquisa (2018).

No momento de montagem das tapiocas, são lançadas as formas circulares sobre a chapa a gás e dentro delas é depositado a goma de mandioca. (a chapa se encontra pré-aquecida). Com auxílio de uma colher, a goma é espalhada por toda a chapa. Em seguida, são adicionados os recheios escolhidos pelo cliente. É aguardado até o momento em que a goma esteja aglutinada o suficiente para ser dobrada. Quando chega no ponto ideal, as formas são retiradas e a tapioca é dobrada. Depois de dobrada, mantém a tapioca na chapa e após isso a tapioca é embalada e

entregue ao cliente. Todo esse processo tem duração em torno de 10 a 12 minutos. Esse tempo é padrão independentemente de quantas tapiocas sejam fabricadas no momento. Isso se dá devido ao tamanho da chapa a gás utilizada e a quantidade de formas circulares que o vendedor possui, chegando a fazer cerca de 10 tapiocas em uma única remessa.

As vendas são realizadas em um ponto fixo, na praça do Derby na cidade de Recife, de segunda à sexta, das 16:00 às 20:30 ou 22:00 horas (dependendo do movimento). O ponto de venda é estratégico, pois está localizado próximo às paradas de ônibus com destino a diversas áreas da região metropolitana do Recife. E pelo horário de vendas que é considerado um horário de pico, o vendedor 2 pode atender a um transeunte da praça ou até mesmo uma pessoa que ali esteja esperando por um ônibus. Há grandes chances destas pessoas irem ao seu ponto de venda, compra uma tapioca e, dependendo da frequência que as mesmas passam pelo local, se tornam clientes assíduos.

As características dos compradores de suas tapiocas são: pessoas com idade entre 18 a 45 anos, em sua maioria estudantes e trabalhadores. Não há distinção ou ao menos ele não soube informar se maioria do público é feminino ou masculino. É vendido cerca de 80 tapiocas por dia de venda.

Os preços das tapiocas variam dependendo da quantidade de recheios nelas inseridos: as tradicionais (só queijo; só coco ou coco e queijo) são vendidas por R\$ 2,50, tapiocas com dois sabores são vendidas por R\$ 3,50, com três sabores por R\$ 4,00 e com quatro sabores R\$ 5,00.

4.3 AS INFORMAÇÕES PRODUZIDAS NA EXECUÇÃO DOS PROCESSOS 1 E 2

Se o propósito da informação é capacitar os gestores a alcançar os objetivos da organização com o uso eficiente de seus recursos, aqui queremos atentar que a informação também é um recurso de gestão. Observe-se que os dois macroprocessos descritos neste estudo produzem dados que, se analisados e contextualizados, configuram informações que tendem a ser efetivamente mais estratégicas para a melhoria do desempenho da venda de tapiocas pelos dois vendedores.

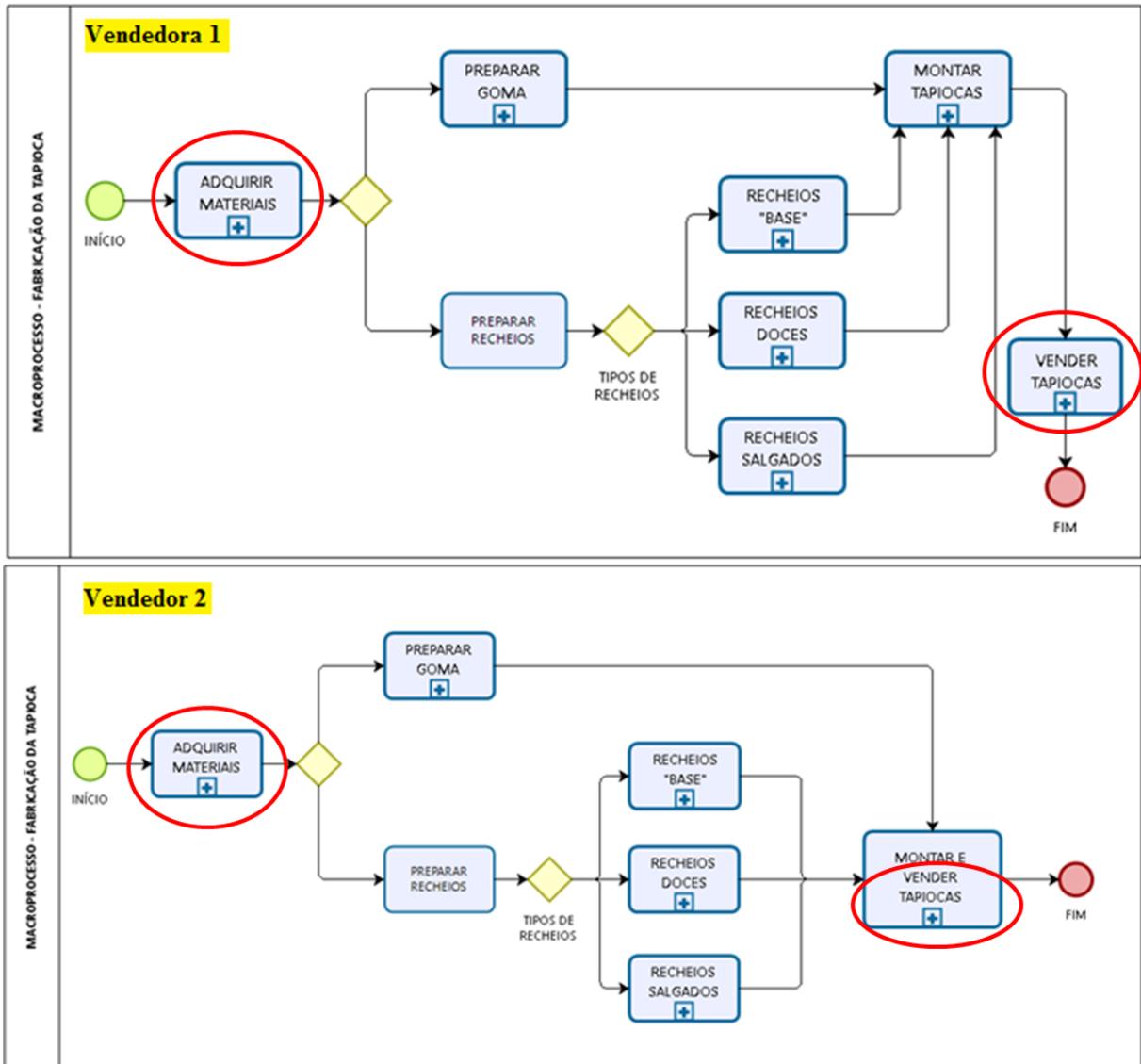
Parte-se do pressuposto, de tudo o que este estudo constatou, que os dois vendedores aqui estudados já são empreendedores e já usam informações, todavia tantas outras informações cruciais para cada subprocesso sequer são percebidas e/ou registradas pelos vendedores. Este estudo quer mostrar que esse conhecimento tácito merece atenção, no sentido de valorizar mais a informação, a inteligência e o conhecimento organizacional.

Entretanto, cabe ainda ressaltar que dados podem ser considerados e discutidos em separados: uma tapioca com recheio de leite é vendida no valor de R\$ 3,50. A informação, por outro lado, deve ser discutida no contexto de usuários e responsáveis por decisões específicas. Informação se constitui de dados em uso, e esse uso implica um usuário. Ou como disseram McGee e Prusak (1994, p. 24) “Até certo ponto, a informação, como a beleza, está nos olhos do observador.”. Ou seja, as pessoas não recebem informações, elas criam informações a partir de suas próprias leituras e análises dos contextos no qual se inserem.

O conhecimento ocorre porque uma pessoa assimilou alguma informação e foi convencida ou motivada a fazer algumas mudanças que resultam em benefícios organizacionais (neste estudo, no processo de produção e venda de tapioca). A informação levou a pessoa a concluir que um benefício pode ser obtido ao usar informação.

Para explicar a descoberta de informações básicas nos dois macroprocessos de produção e venda de tapiocas realizados pelos dois vendedores, destacaram-se os subprocessos: adquirir materiais e vender tapiocas (no caso do macroprocesso do vendedor 2, que engloba em um mesmo subprocesso a montagem das tapiocas e a venda) conforme é ilustrado na Figura 17.

Figura 17– Macroprocessos de produção e venda de tapioca dos vendedores 1 e 2 (destaque nos subprocessos de aquisição de material e venda das tapiocas)



Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da pesquisa (2018).

No subprocesso **adquirir materiais**, os dois vendedores realizam a compra de materiais para a fabricação das tapiocas no Ceasa e em supermercados (apenas a vendedora 1 adquire material na padaria, sob acordo). Neste subprocesso, alguns dados básicos inerentes ao procedimento de compra são produzidas e podem ser aproveitados pelos vendedores estudados, como os descritos no **Quadro 2**. Os dados produzidos a partir do subprocesso **vender tapiocas** traduzem o desempenho dos dois comércios estudados em relação à finalidade do negócio, que

é a venda de tapioca. Tais dados, também elencados no **Quadro 2**, têm como função básica o monitoramento dos fatores que facilitam ou interferem no volume de vendas.

Quadro 2- Dados produzidos no subprocesso "adquirir materiais e "vender tapioca"

DADOS SOBRE MATERIAIS (POR TIPO)
Local da compra
Data da compra
Valor da compra
Tipo de material adquirido (produto, ingrediente)
Quantidade de material adquirido
Prazo de validade
DADOS SOBRE AS VENDAS
Quantidade de tapiocas vendidas (por dia da semana/mês/ano)
Faturamento com a venda de tapioca por tipo (por dia da semana/mês/ano)
Tipo/recheio mais vendido (por dia da semana/mês/ano)
Lucro líquido por tipo de tapioca (por dia da semana/mês/ano)
Manifestações dos clientes (<i>Feedback</i>)

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

As manifestações dos clientes, como se lê na última linha do Quadro 2, podem ser positivas ou negativas, podem surgir espontaneamente ou podem derivar de uma pergunta do vendedor relativa ao produto e/ou outras necessidades (demanda por produtos complementares, por exemplo), ou podem ainda ser observadas pelos vendedores, num desenvolvimento gradativo de empatia e atenção ao cliente.

4.4 O USO DA INFORMAÇÃO COMO RECURSO DE GESTÃO DOS PROCESSOS DE PRODUÇÃO E VENDA DA TAPIOCA

No relato dos vendedores entrevistados neste estudo identificaram-se algumas ações nos processos de produção e venda de tapiocas guiadas pelo uso de informações extraídas dos processos. Entre eles destaca-se o monitoramento da satisfação do cliente realizado pelo vendedor 2, por meio das manifestações dos consumidores sobre os ingredientes utilizados na fabricação das tapiocas. Esta observação do vendedor 2 interfere no processo decisório de

aquisição de materiais, pois ele terá atenção especial para a compra de ingredientes de marcas bem aceitas pelos consumidores. A vendedora 1 também possui uma espécie de cadastro “mental” dos consumidores, guiado pela confiança e vivência com os seus clientes, o qual auxilia a vendedora nas vendas a crédito e no cuidado com uso do sal.

Cada dado apresentado na subseção 4.3, se devidamente registrado e monitorado pelos dois comerciantes informais de tapioca, viabiliza a gestão dos processos por meio das informações assimiladas dos próprios processos. Por exemplos, por intermédio dos dados identificados nos dois subprocessos analisados, é possível o controle e otimização do estoque, dos gastos e desperdícios de ingredientes com prazo de validade vencidos e das vendas.

Apenas como um exercício teórico, o **Quadro 3** ilustra algumas possibilidades de leitura e interpretação desses dados por um terceiro, neste caso, o pesquisador.

Quadro 3- Uso das informações produzidas no processo de produção e venda da tapioca

SUBPROCESSO ADQUIRIR MATERIAIS	
Informações produzidas	Apoio à decisão
<p>A análise dos dados relativos aos materiais, por tipo, referente ao local, à data e ao valor da compra, à quantidade de material adquirido e ao prazo de validade, produz informações tais como:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prazo de validade dos produtos. ▪ Controle de estoque. ▪ Custo de produção (por tipo de recheio). ▪ Preço da tapioca. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Previsão orçamentária. ▪ Estabelecimento do preço. ▪ Planejamento das compras de modo que sejam utilizadas no prazo de validade. ▪ Seleção de fornecedores, com menor preço e melhor qualidade. ▪ Previsão de demanda, por tipo de recheio. ▪ Metas de vendas.
SUBPROCESSO VENDA DA TAPIOCA	
Informações produzidas	Apoio à decisão
<p>A análise das vendas, do lucro líquido por dia da semana, por mês, por tipo de tapioca (recheio) e ainda a observação das manifestações dos clientes, produz informações tais como:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Produtos mais vendidos. ▪ Produtos mais lucrativos. ▪ Produtos menos lucrativos. ▪ Períodos (dia, mês e ano) de maior ou menor venda. ▪ Vendas por período (dia /mês e ano). ▪ Aceitação dos produtos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Divulgação e incentivo do consumo das tapiocas mais lucrativas. ▪ Retirada do portfólio dos produtos menos vendidos e, ao mesmo tempo menos lucrativos. ▪ Criação de novos produtos com novos recheios. ▪ Disponibilização de mais infraestrutura nos períodos do dia, semana e ano de maior venda. ▪ Promoções nos períodos do dia, semana e ano de baixa nas vendas. ▪ Aquisição de recheios com boa aceitação pelos clientes.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atendimento das necessidades dos clientes quanto a produtos complementares (bebidas, sucos, novos recheios etc.).
--	---

Fonte: Elaborado pelo autor (2018).

Estas são apenas algumas possibilidades de uso das informações que naturalmente suscitam dos subprocessos analisados e que podem ser utilizados na gestão das etapas do trabalho de produção e venda de tapiocas e aumentar o desempenho da vendedora 1 e do vendedor 2. Por exemplo, a vendedora 1 vende em torno de 68 tapiocas por dia, o que em média lhe daria um faturamento diário de R\$200,00. Seguindo esta estimativa, a produção semanal de tapiocas da vendedora 1 seria superior a 200 tapiocas. Essas informações produzidas pelos subprocessos, se bem empregadas, auxiliariam a vendedora a aprimorar a sua produção, com o registro das tapiocas que são mais vendidas, fazendo-a sempre reavaliar quantas tapiocas de cada sabor ela poderia produzir para a venda do dia, não gerando assim desperdício de materiais. Também aumentaria seu faturamento pois todas as tapiocas seriam vendidas pelo valor pré-estabelecido evitando a oferta de combos de mungunzá + tapioca aos seus clientes.

Trata-se de um exercício de contextualização e uso das informações para dar suporte à gestão dos processos de produção e venda de tapioca. Em um sentido mais amplo, oferece uma abordagem operacional de gestão da informação, quase que numa perspectiva de contracultura sobre o pensamento tradicional de que os negócios do setor informal serão sempre meros modos de subsistência.

Outrossim, o uso de informação e o estabelecimento de processos e estruturas de registros de dados que lhe darão suporte não é uma abordagem mecânica no setor informal de produção e venda de tapioca, ela envolve uma clara visão dos aspectos peculiares desse segmento e do comportamento humano que circunda a informação e o seu uso. No entanto, para ser capaz de compreender e contribuir com essas questões, esse tipo de experiência como o que se propõe este trabalho é necessário.

O que é importante a respeito do conhecimento construído é a seleção e definição das variáveis afetadas. Ou seja, o que realmente mudou. Exemplo: aumentou a venda da tapioca X, diminui o custo na produção da tapioca Y. Lembrando Le Coadic (2004), uso é o objetivo final da gestão da informação e deve ser pensado em termos da utilização da informação e dos efeitos resultantes desses usos nas atividades das pessoas, neste caso, daquelas atuam no comércio informal de produção e venda de tapioca. Informação gera conhecimento quando algo de novo

é criado a partir das suas possíveis interpretações, com base no contexto no qual o negócio está inserido. A informação é criada porque agrega valor aos dados e orienta escolhas, o conhecimento é ação, é a aplicação de uma melhoria ou de uma inovação em um produto ou processo. O conhecimento se traduz em uma mudança em âmbito do processo de produção e venda de tapioca, causado no todo ou em parte pelo uso da informação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo mapear o processo de produção e venda de tapiocas no âmbito do arcabouço teórico metodológico da gestão de processos e da gestão da informação, como uma atividade de dois vendedores que atuam no contexto do comércio informal ambulante de Recife.

Tanto o objetivo geral como os objetivos específicos foram atendidos, pois foram mapeados os processos de produção e venda de tapioca de dois vendedores ambulantes, identificadas as informações produzidas inerentes aos processos e também foi demonstrado como o uso dessas informações podem contribuir como recurso de gestão dos processos de produção e venda de tapioca.

A principal contribuição deste TCC e também nosso principal aprendizado foi, na condição de graduando em Gestão da Informação, representar e explicitar o conhecimento tácito intrínseco das pessoas que atuam no setor informal de produção e venda de tapioca, embora sabe-se que não foram considerados todos os pormenores dessa atividade. Ou seja, a descrição do contexto dessa atividade não é exaustiva para ser considerada abrangente ou completa, mas traduz parte da dinâmica da rotina do dia a dia do setor informal e de dois empreendedores de comida de rua.

Nas etapas iniciais dos contatos com os vendedores 1 e 2, nos deparamos com duas pessoas atuando, sem nenhuma organização formal de seu trabalho. E, na medida em que avançamos na pesquisa e estruturamos seus processos de trabalho, constatamos que no setor informal também há fluxo de informações, embora não explícito.

Outrossim, os ambientes de trabalho informal receberam atenção limitada na literatura de estudos gestão da informação, que tem como foco principal as organizações formais com seus sistemas de informação automatizados.

O que se constatou na revisão teórica desta pesquisa nesta pesquisa é que o setor informal de produção e venda de tapioca é uma maneira notavelmente persistente de atividade comercial e, no entanto, é altamente diversificado e flexível. O número de vendedores ambulantes de tapioca sobe e desce de acordo com os períodos do ano, semana e dia, respondendo aos padrões de demanda do consumidor e oferta de trabalho.

As referências bibliográficas específicas sobre o comércio informal de produção e venda de tapioca foram apresentadas a um mínimo, porque esse é um campo de trabalho acadêmico

dominado por estudos locais, mais voltados às questões sanitárias. Em geral, a literatura aborda o setor informal e o comércio ambulante de modo mais amplo, como uma questão econômica e social dos países.

Considerando as análises dos autores citados nesta pesquisa, comércio ambulante é um elemento significativo na ecologia geral da cidade, e a densidade e os tipos de atividade de venda ambulante variam enormemente de rua para rua e de bairro para bairro.

O que se constata a partir da literatura, é que os principais pontos de venda ambulante estão tipicamente localizados nas zonas centrais de negócios, nos entornos dos centros comerciais de bairro e subúrbios, nos terminais de transporte, nas imediações das escolas, faculdades, universidades e igrejas, nas cercanias de ruas com circulação de pedestres e locais de atrações turísticas como praças e praias. Alguns desses espaços são as áreas de maior circulação de pedestre e veicular, de maior atividade comercial e, geralmente, também são foco de tensões sobre estacionamento e mendicância. Os principais pontos de vendas de tapioca, em Recife, ainda não foram identificados. Novas pesquisas previstas deverão buscar esses dados com mais precisão.

Além disso, a pesquisa bibliográfica apontou que o comércio de rua altera muito em escala, tempo, localização e remuneração, isso varia em termos de força de trabalho e tipos de bens e serviços. O significado de mulheres, homens, meninas e meninos como vendedores ambulantes alterna consideravelmente de país para país. Os bens podem ser focados em poucas linhas, por exemplo, lembranças turísticas, jornais e doces, ou se espalhar por toda a gama de alimentos cozidos, roupas e eletrodomésticos. Engraxar sapatos, cortar cabelos, digitar documentos e consertar sapatos, roupas, bicicletas, motocicletas e carros são serviços comuns nas ruas.

Embora esse não tenha sido o objetivo da pesquisa, mas uma tentativa de sintetizar e generalizar uma visão global do setor informal exposta na fundamentação teórica desta pesquisa, como setor não regulamentado, as restrições e obstáculos incluem o que se destaca:

a) Condições de trabalho e de segurança: a renda e os salários são baixos e as condições de trabalho precárias e inseguras, além de intensivas jornadas de trabalho, com exposição a condições meteorológicas extremas (temperaturas, vento, chuva e sol, mau acesso a água limpa) e de saneamento deficientes.

- b) Benefícios sociais básicos: inexistência de acesso à indenização, de pagamento de horas extras, subsídio desemprego, licença por doença ou maternidade, seguro por acidentes de trabalho, pensão ou outras proteções sociais.
- c) Infraestrutura e saneamento: inexistência de condições adequadas de armazenamento dos produtos, de acesso à água potável, eletricidade, disposição de lixo e instalações sanitárias (muitos fornecem seus serviços próximos às suas casas). Também os serviços de limpeza fornecidos pelas autoridades urbanas são inadequados e não cobrem as áreas das operações informais. Em muitos casos, as condições ambientais a que as mercadorias são expostas, sobretudo quando se trata de alimentação, impossibilitam aos manipuladores a preparar, armazenar e a vender os alimentos de maneira adequada, higiênica e segura, e de oferecer alimentos saudáveis aos consumidores.
- d) Fontes de crédito: com restrições de acesso ao crédito, ou pela falta de conhecimentos das fontes.
- e) Local de operação: existência de conflitos, seja porque a maioria dos espaços ocupados são considerados ilegais, seja porque, mesmo quando são autorizados, os espaços são considerados temporários e dependentes da boa vontade das autoridades urbanas. Por outro lado, existem conflitos entre os operadores (da obrigatoriedade de se moverem a fim de dar lugar a outros) e entre os operadores e os comerciantes formais que consideram os informais como uma ameaça aos seus negócios ou instalações.

Como visto nas duas entrevistas realizadas, devido ao estilo de uma atividade econômica relativamente móvel e flexível, os vendedores ambulantes estudados se instalam em áreas com altos níveis de oportunidades de negócios.

As limitações deste estudo dizem respeito à quantidade de vendedores entrevistados, tornando a amostra bastante limitada. Sugerem-se, portanto, novas pesquisas no setor informal de produção e venda de tapioca, no campo teórico metodológico da gestão da informação e dos processos.

REFERÊNCIAS

- BIZAGI. **Bizagi process modeler user guide**. Bizagi Community. Disponível em: <http://help.bizagi.com/process-modeler/en/index.html?install_and_register.htm> Acesso em: 11 de ago. 2018.
- BPM CBOK V3.0: **Guia para o gerenciamento de processos de negócio corpo comum de conhecimento**. ABPMP - Association of Business Process Management Professionals, 1ª. Ed., Brasil, 2013. Disponível em: <<http://www2.unifap.br/clauidiomarcio/files/2016/10/Guia-ABPMP-CBOK-2013.pdf>> Acesso em: 11 de ago. 2018.
- ALVES, R. T. **Aspectos socioeconômicos e institucionais do comércio ambulante de alimentos em Uberlândia, MG**. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia, Programa de Pós-Graduação em Geografia, 2016. 144 p.
- ASSOCIATION OF BUSINESS PROCESS MANAGEMENT PROFESSIONALS – ABPMP. **Guia para o Gerenciamento de Processo de Negócio: Corpo Comum de Conhecimento**. [S.1], 2009.
- BARRETO, T. da R. **Trabalhadores informais e desempregados: a precarização como homogeneização “sui generis” na formação dos “sem emprego”**. Um estudo sobre as trajetórias de trabalhadores informais e desempregados da RMS – no final do século XX. 2005. 269f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia.
- BROMLEY, R. Street vending and public policy: A global review. **International Journal of Sociology and Social Policy**, v. 53, n. 20, p. 1-28, 2000.
- CACCIAMALLI, M. C. **Setor informal e as formas de participação da produção**. Tese (doutorado em Economia). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Universidade de São Paulo. São Paulo, 1983. 144 p.
- CAIDI, N.; ALLARD, D. Social inclusion of newcomers to Canada: Na information problem? **Library & Information Science Research**, v. 27, n. 3, p. 302-324, 2005.
- CASTELLS, M.; PORTES, A. World underneath: The origins, dynamics, and effects of the informal economy. In: PORTES, A.; CASTELLS, M.; et al. **The informal economy: Studies in advanced and less developed countries**. Johns Hopkins: University Press Baltimore, 1989.
- COZZENS, S.; SUTZ, J. Innovation in informal settings: Reflections and proposals for a research agenda. **Innovation and Development**, v. 4, n.1, p. 5-31, 2012.
- CURY, A. **Organização e métodos: uma visão holística**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- FILGUEIRAS, L. A. M., DRUCK, G.; AMARAL, M. O conceito de informalidade: um exercício de aplicação empírica. In: **Caderno CRH. Salvador**, v. 17, n. 41, mai/ago 2004.
- CHATMAN, E. A. The impoverished life-world of outsiders. **Journal of the American Society for Information Science**, New York, v. 47, n. 3, p. 193-206, 1996.

CHEN, M.; VANEK, J.; et al. **Progress of the world's women 2005**. New York: United Nations Development Fund for Women, 2005.

CHEN, M. A. The informal economy: definitions, theories and policies. **Working Paper**, n. 1, Women in informal employment: globalizing and organizing (WIEGO), 2012.

CHEN, M. A. SKINNER, C. The urban informal economy: Enhanced knowledge, appropriate policies and effective organization. In: PARNELL, S.; OLDFIELD, S. (Eds.) **Routledge Handbook of Cities of the Global South**, p. 219-235. New York: Routledge, 2014.

CRUZ, Tadeu. **BPM & BPMS: Business Process Management & Business Process Managements Systems**. 2. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2008.

DAVENPORT, Thomas H. **Process Innovation: Reengineering Work through Information Technology**, Boston: Harvard Business School Press, 1993.

DAVENPORT, Thomas H. The coming commoditization of process. **Harvard Business Review**, v.83, n.6, p.100-108, 2005.

DEBRUIN, T.; DOEBELLI, G. BPM as an organisational approach: the experience of an Australian transport provider. In: ROSEMANN, M; VON BROCKE, J. (Ed.). **Handbook on Business Process Management**. Berlin:Springer, 2009.

FERREIRA, A. A. **Gestão de processos na análise da execução orçamentária da Universidade Federal de Pernambuco**, 2016. Dissertação (Mestrado em Gestão Pública) – Universidade Federal de Pernambuco, CCSA, 2016. 112 p.

HARRIS, J. R.; TODARO, M. P. Migration, unemployment and development: a two-sector analysis. **American Economic Review**, v. 60, n. 1, p. 126-142, 1970.

HARRIGTON, H. J. **Aperfeiçoando processos empresariais: estratégia revolucionária para o aperfeiçoamento da qualidade, da produtividade e da competitividade**. Tradução Luiz Liske, Makron Books, São Paulo, 1993.

HOFFMANN, H. **Desemprego e subemprego no Brasil**. São Paulo: Ática, 1980.

HURT, K. Informal income opportunities and urban in Ghana. **Journal of Modern African Studies**, London, 1973.

IRITANI, D. R. et al. Análise sobre os conceitos e práticas de Gestão por Processo: revisão sistemática e bibliometria. **Gest. Prod.**, São Carlos, v.22, n.1, p. 164-180, 2015.

JAKOBSEN, K. A.; MARTINS, R.; DOMBROWSKI, O. **Mapa do trabalho informal: Perfil socioeconômico dos trabalhadores informais na cidade de São Paulo**. 1. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

JAKOBSEN, K. A. A dimensão do trabalho informal na América Latina e no Brasil. In: JAKOBSEN, K. A.; MARTINS, R.; DOMBROWSKI, O. **Mapa do trabalho informal:**

Perfil socioeconômico dos trabalhadores informais na cidade de São Paulo. 1. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000. p. 13-18.

JATOBA, J. El mercado del trabajo en una región en crisis: el Nordeste del Brasil. **Revista Internacional del Trabajo**, Ginebra, v.105, n. 1, p. 93-109, 1986.

JÜTTING, J.; PARLEVLIT, J.; XENOGIANI, T. Costs and risks associated with Informal Employment. **Working Paper**, N. 266, OCDE Development Centre, 2008.

KELLING, G. L.; CATHERINE M. C. **Fixing Broken Windows**. New York: Free Press, 1997.

LEWIS, A. Economic development with unlimited supplies of labour. In: GARWALA, A.; SINGH, S. P. **A economia do subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Forense, 1954. 512 p.

LIMA, A. C. **Gerenciamento de processos na execução do macroprocesso construtivo: um estudo de caso aplicado no processo estrutural**. Florianópolis, 1998. 144p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina.

LLOYD, A., LIPU, S.; KENNAN, M. A. On becoming citizens: Examining social inclusion from an information perspective. **Australian Academic and Research Libraries**, v.41, n.1, p. 42-53, 2010.

MACHADO DA SILVA. L. A. Da informalidade à empregabilidade: reorganizando a dominação do mundo do trabalho. **Caderno CRH**, Salvador: CRH/EDUFBA, n.37, jul./dez. 2002.

MALONEY, W. F. Informality Revisited. **World Development**, v. 32, n. 7, p. 1159-1178, 2004.

MARTINS, R.; DOMBROWSKI, O. Mapa do trabalho informal na cidade de São Paulo. In JAKOBSEN, K. A.; MARTINS, R.; DOMBROWSKI, O. **Mapa do trabalho informal: Perfil socioeconômico dos trabalhadores informais na cidade de São Paulo**. 1. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000a.

_____. Estudos de caso. In JAKOBSEN, K. A.; MARTINS, R.; DOMBROWSKI, O. **Mapa do trabalho informal: Perfil socioeconômico dos trabalhadores informais na cidade de São Paulo**. 1. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000b.

MARX, K. Manuscritos Econômicos Filosóficos. Primeiro Manuscrito - parte final. In: FERNANDES, F. **Marx e Engels: História**. São Paulo: Ática, 1989.

MARX, K. **O Capital**, Livro I, volume I. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

MOSER, C. O. N. Informal sector or petty commodity production: Dualism or dependence in urban development? **World Development**, v.6, p. 9-10, 1978.

- MCGEE, J; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação**: aumente a competitividade e a eficiência da sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica. Rio de Janeiro: Campus, 1994.
- NASSU, R. T.; MACEDO, B. A.; LIMA, M.H.P. **Queijo de coalho**. Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica, 2006. 40 p. (série agroindústria familiar).
- NORONHA, E. G. “Informal”, ilegal, injusto: percepções do mercado de trabalho no Brasil. **RBCS**, v. 18, n. 53, outubro/2003.
- OLIVEIRA, F. de. **A economia brasileira**: crítica a razão dualista. In: Estudos CEBRAP, n. 2, 1972.
- OLIVEIRA, A. M. et al. Avaliação de ferramentas de Business Process Management (BPMS) pela ótica da gestão do conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**. v.15, n.1, p.132-153, jan./abr, 2010.
- ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO-OIT. **Employment, incomes and equality**: a strategy for increasing productive employment in Kenya. Genebra: OIT, 1972.
- _____. **Relatório sobre o trabalho decente e a economia informal**. Conferência Geral da OIT, 90ª sessão, 2002.
- PAINE, T. **The Rights of Man**. London: J. M. Dent, 1972.
- PASTORE, J. **Flexibilização dos mercados de trabalho e contratação coletiva**. São Paulo: LTr., 1994.
- PETRUCCELLI, J.L. Raça, identidade, identificação: abordagem histórica conceitual. In: PETRUCCELLI, J.L.; SABOA, A. L. (Org.) **Características étnico-raciais da população**: classificações e identidades. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, 2013.
- PINTO, G. L. G. C. **Gerenciamento de processos na indústria de móveis**. Florianópolis, 1993. 134p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de produção) Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina.
- PIZZA, W. R. **A metodologia Business Process Management (BPM) e sua importância para as organizações**. São Paulo, 2012. Monografia curso de Tecnologia em processamento de dados, Faculdade de Tecnologia de São Paulo – FATEC SP.
- PORTES, A.; CASTELLS, M.; et al. **The informal economy**: Studies in advanced and less developed countries. Johns Hopkins: University Press Baltimore, 1989.
- PROGRAMA REGIONAL DEL EMPREO PARA AMERICA LATINA Y CARIBE – PREALC. **Sector informal**: funcionamiento y políticas. Santiago de Chile: OIT, 1978. 287 p.

RAMOS, J. Urbanización y mercado de trabajo. **Revista de la Cepal**, Santiago de Chile, n. 24, p. 63-81, 1984.

SCHMELZER, S.E. **Poverty in Brazil**: what role do racial differences play? Master's thesis, 2005.

SETHURAMAN, S. V. The urban informal sector: concept, measurement and policy. **International Labour Review**, v. 114, n. 1, p. 69–81, 1976.

SILVA, T.E. DA.; TOMAÉL, M. I. A gestão da informação nas organizações. **Inf. Inf.**, Londrina, v. 1 2, n. 2, jul./dez., 2007.

SINGER, P. **O Capitalismo**: sua evolução, sua lógica e sua dinâmica. São Paulo: Moderna, 1987.

SINGER, P. O trabalho informal e a luta da classe operária. In JAKOBSEN, K. A.; MARTINS, R.; DOMBROWSKI, O. **Mapa do trabalho informal**: Perfil socioeconômico dos trabalhadores informais na cidade de São Paulo. 1. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

SONNENWALD, D. H. Evolving Perspectives of Human Information Behavior: Contexts, Situations, Social Networks and Information Horizons. In: INTERNATIONAL CONFERENCE IN INFORMATION NEEDS, 2. **Proceedings**. Taylor Graham, 1999. p. 176-190. Disponível em: <http://eprints.rclis.org/7971/1/insic98%2Bpaper.pdf>. Acesso em 11/03/2018.

SONNENWALD, D. H.; WILDEMUTH, B. M.; HARMON, G. L. A research method to investigate information seeking using the concept of information horizons: An example from a study of lower socio-economic students' information seeking behavior. **The New Review of Information Behavior Research**, v. 2, p.65–85, 2001.

SOTO, H. de. **The other path**: The invisible revolution in the third world. New York: Basic Books, 1989.

SOUZA, P.R.C. **Sector informal**: evolución crítica después de 10 años. Campinas, UNICAMP: IFCH, 1985. 51 p

_____. **The mystery of capital**: Why capitalism triumphs in the west and fails everywhere else. New York: Basic Books, 2000.

TELES, A. O. **O comércio informal em Feira de Santana, BA**: permanências e mudanças. Tese (doutorado em Geografia). Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2017. 247p.

TOKMAN, V. E. An exploration into the nature of informal—formal sector relationships. **World Development**, v. 6, p.9-10, 1978.

TOMAZINI, S. T. **Emprego informal e trabalho por conta própria**: Um estudo da diversidade de manifestação do problema da falta de emprego no Brasil. Dissertação de

Mestrado. Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas. Campinas, maio, 1995. 108 p.

UNITED NATIONS RESEARCH INSTITUTE FOR SOCIAL DEVELOPMENT – UNRISD. **Combating poverty and inequality**: structural change, social policy and politics. Geneva, Switzerland, 2010.

VALLE, R; OLIVEIRA, S. B. **Análise e Modelagem de Processos de Negócio**: Foco na Notação Bpmn. São Paulo:Atlas, 2009.

_____ **Ventas informales**: relaciones con el sector moderno. Santiago de Chile: OIT, 1990. p. 1-41.

WILSON, J. Q.; KELLING, G. L. Broken windows: The police and neighborhood safety. **Atlantic Monthly**, v.249, March, p. 29-38, 1982.

YÁZIGI, E. **O mundo das calçadas**. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP, 2000.