



UNIVERSIDADE DE ÉVORA

ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

DEPARTAMENTO DE GESTÃO

**PERFIL DOS VENDEDORES AMBULANTES DE RUA EM DÍLI,
TIMOR-LESTE**

Mateus Pinto

Orientação: Pedro Damião de Sousa Henriques

Maria Leonor da Silva Carvalho

Mestrado em Economia e Gestão Aplicadas

Área de especialização: *Agro-negócio*

Dissertação

Évora, 2016



UNIVERSIDADE DE ÉVORA

ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

DEPARTAMENTO DE GESTÃO

**PERFIL DOS VENDEDORES AMBULANTES DE RUA EM DÍLI,
TIMOR-LESTE**

Mateus Pinto

Orientação: Pedro Damião de Sousa Henriques

Maria Leonor da Silva Carvalho

Mestrado em Economia e Gestão Aplicadas

Área de especialização: *Agro-negócio*

Dissertação

Évora, 2016

Agradecimentos

Agradeço em primeiro lugar a Deus, senhor todo-poderoso por iluminar o meu caminho e estar sempre presente em minha vida.

Ao meu orientador Professor Doutor Pedro Damião de Sousa Henriques, pela disponibilidade de tempo, apoio, amabilidade de me receber sempre que foi necessário, pela competência científica, críticas, correções e sugestões feitas durante a elaboração do trabalho.

À co-orientadora professora Doutora Maria Leonor Pimenta Verdete da Silva Carvalho, pelo apoio científico, diretrizes e acompanhamento do trabalho em todas as suas fases.

À coordenadora do Mestrado Professora Doutora Maria Raquel Lucas, pela simpatia, disposição e acompanhamento do trabalho.

Aos professores do Curso de Mestrado em Economia e Gestão Aplicadas pelas informações recebidas e conhecimentos adquiridos nas suas disciplinas.

Aos meus tio e amigos e colegas, Oscar, Rendes, Carlos, Cristovão, Francisco, Marcel, Alexandre, Barreto, Cruz, Ijador, pelo apoio, companheirismo e força nos momentos bons e mais difíceis da minha vida académica e social em Évora.

Agradeço ao Ministério da Educação de Timor-Leste, através da UNTL, a bolsa de estudo concedida aos docentes da UNTL que me permitiu frequentar o curso de mestrado em Portugal.

Agradeço à minha família que, durante este tempo todo, me deram todo o apoio moral e as suas orações para que eu pude-se enfrentar os desafios da vida como estudante e longe da família.

Não posso esquecer o inestimável sacrifício que fez a minha esposa, Agostinha Florinha, que assumiu a responsabilidade da família, como mãe e ao mesmo tempo como pai, durante a minha ausência. E agradeço também aos meus filhos Elligio, Agostinho, Elidio e Johnny, que sacrificaram as suas vontades de me deu o seu apoio moral e compreensão, apesar da grande distância.

Enfim, a todos aqueles que direta ou indiretamente contribuíram para que fosse possível a realização deste trabalho de pesquisa, a elaboração desta monografia e a conclusão deste curso.

Acreditamos em Deus e unidos conseguiremos construir um futuro melhor para este jovem país, Timor-Leste.

Muito Obrigado!

RESUMO

Na cidade de Díli, a Capital de Timor-Leste, os vendedores ambulantes através da sua atividade distribuem rendimentos e asseguram a sobrevivência das respetivas famílias. A atividade de venda ambulante é uma ocupação importante, sobretudo em países em desenvolvimento, tendendo a absorver um grande número de pessoas desempregadas.

Este estudo teve como objetivo analisar os fatores que influenciam significativamente as vendas e o rendimento dos vendedores ambulantes, caracterizando, do ponto de vista socioeconómico os vendedores ambulantes, analisando quer os fatores que influenciam a venda, quer os fatores que influenciam o rendimento dos vendedores ambulantes.

A obtenção de dados foi feita através de um inquérito por questionário aplicado a vendedores ambulantes do concelho de Díli. Os dados dos inquéritos por questionário foram introduzidos no programa estatístico SPSS e a sua análise estatística, permitiu informação relevante sobre as características dos vendedores ambulantes

Palavras-chave: Vendedor ambulante; rendimento; Díli

SUMMARY

In the city of Dili, the capital of Timor-Leste, street vendors through their activity distribute income and ensure the survival of their respective families. The itinerant sale activity is an important occupation, especially in developing countries, tending to absorb a large number of unemployed people.

This study aimed to analyze the factors that significantly influence sales and earning of street vendors, featuring, in the socio-economic point of view the street vendors, analyzing the factors that influence the sale and still analyzing the factors that influence the performance of street vendors.

The data collection will be done through a questionnaire to be applied to street vendors of the city of Dili. Data from questionnaire surveys was introduced in SPSS, allowed to analyze the characteristics of hawkers using statistic analysis.

Key-words: street vendor; income; Díli

Índice

RESUMO.....	i
Índice de Tabelas.....	iv
Capítulo I – INTRODUÇÃO	1
1.1 Enquadramento geral.....	1
1.2 Objetivos do estudo	4
1.3 Importância e motivações do estudo.....	4
1.4 Justificação do tema	5
1.5 Organização do trabalho	5
Capítulo II - REVISÃO DA LITERATURA	6
2.1. O setor informal	6
2.1.1 Características gerais.....	7
2.1.2 Tipologias.....	9
2.1.3 Causas, obstáculos e desafios	10
2.1.4 Efeitos e importância na economia	14
2.1.5 Rendimento e condições de vida	16
2.2. A venda ambulante	17
2.2.1 Venda ambulante e crescimento económico.....	20
2.2.2 Perfil do vendedor ambulante	22
2.3. A venda ambulante em Timor Leste.....	22
2.3.1. Principais locais de venda ambulante.....	24
2.3.2 Venda ambulante em Díli.....	25
2.3.3 Importância da venda ambulante em Díli.....	26
Capítulo III – METODOLOGIA.....	29
3.1. Área de pesquisa	29
3.2. Aspectos Metodológicos	30
3.2.1. Amostra.....	30
3.2.2 Descrição do questionário	31
3.3 Tratamento e Análise de Dados	31
Capítulo IV – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	33
4.1. Área de estudo.....	33
4.2. Características Socioeconómicas dos Vendedores Ambulantes de Díli	34
4.3. Caracterização da venda ambulante	38
4.3 Discussão dos resultados.....	44
4.3.1 O efeito do género e da idade nas características da venda ambulante.....	44

4.3.2 Efeito das características dos vendedores e da venda no valor das vendas e no rendimento diário da venda ambulante.....	46
4.3.3 Análise de Clusters	49
Capítulo V – CONCLUSÕES.....	52
5.1. Conclusões.....	52
5.2 Limitações.....	53
5.3 Recomendações	54
Bibliografia.....	55
Anexo	62

Índice de Tabelas

Tabela 4.1. Área do município de Díli	33
Tabela 4.2. Total da população do Concelho de Díli por grupo etário	34
Tabela 4.3. Vendedores por classes de idade	34
Tabela 4.4. Distribuição dos Vendedores Ambulantes por sexo	35
Tabela 4.5. Nível Escolaridade dos Vendedores Ambulantes	35
Tabela 4.6. Estado Civil dos Vendedores Ambulantes	35
Tabela 4.7. Local de habitação dos vendedores ambulantes.....	36
Tabela 4.8. Deslocação do local habitação vendedores ambulantes	36
Tabela 4.9. Familiares Dependentes.....	37
Tabela 4.10. Outras atividades	37
Tabela 4.11. Troca por Outras Atividades	37
Tabela 4.12. Atividade Venda e envolvimento em relação aos Filhos.....	38
Tabela 4.13. Deseja o mesmo tipo de trabalho para seus filhos	38
Tabela 4.14. Entidade patronal	38
Tabela 4.15. Local Vendedores Ambulantes	39
Tabela 4.16. Local de venda * Periodicidade da venda	39
Tabela 4.17 Experiência com venda ambulante	39
Tabela 4.18 Período do dia em que vende melhor.....	40
Tabela 4.19 Duração da atividade da venda	40
Tabela 4.20. Época em que vende melhor	40
Tabela 4.21 Variação do preço	41
Tabela 4.22 Produtos que vende	41
Tabela 4.23 Produtos de maior venda	42
Tabela 4.24. Local de compra dos produtos	42
Tabela 4.25. Compra na loja para vender	42
Tabela 4.26. Segurança nos produtos que vende.....	43
Tabela 4.27. Valor das vendas por dia	43
Tabela 4.28. Rendimentos Vendedores Ambulantes.....	43
Tabela 4.29. Local de armazenagem dos produtos	43
Tabela 4.30. Receitas são suficientes para a família.....	44

Capítulo I – INTRODUÇÃO

Este capítulo introdutório faz uma breve descrição do tema, identifica o problema a estudar, fixa os objetivos da pesquisa, faz uma breve referência à metodologia e termina ilustrando a organização da dissertação.

1.1 Enquadramento geral

Timor-Leste ou Timor Lorosa'e – Timor do Sol Nascente, situa-se na parte leste da ilha de Timor. Situa-se para além do enclave de Oecússi, na costa norte da banda ocidental de Timor, da ilha de Ataúro, a norte, e de algumas ilhotas ao largo da ponta leste da ilha. As únicas fronteiras terrestres que o país tem ligam-no à Indonésia, a oeste da porção principal do território, e a leste, sul e oeste de Oecússi, mas tem também fronteira marítima com a Austrália, através do Mar de Timor, localizado a sul da ilha. Tem uma área total de 14 954 Km², dividido por 13 distritos, por 65 subdistritos e por 442 sucos (subdivisões administrativas), a que corresponde uma população total de 1.167.242 habitantes, em que mais de metade da população tem menos de 19 anos (DNE, 2010a, 2015b).

Timor-Leste é um dos países mais jovens do mundo, criado em 2002. Antes da sua independência, Timor-Leste foi uma Província ultramarina de Portugal durante cerca de 450 anos, deste 1512 até 1974. Após esse Período, o território foi invadido e ocupado pela Indonésia, até consulta popular, que se realizou no dia 30 de Agosto de 1999. O processo que antecedeu este evento histórico foi longo e difícil. Infelizmente, os acontecimentos que o sucederam foram dramáticos, mas a violência subsequente à consulta não destruiu os seus resultados e a autodeterminação chegou finalmente a Timor-Leste. Os elementos essenciais do direito dos timorenses à autodeterminação conduziram ao processo de negociações diplomáticas que levou à conclusão dos Acordos de Nova Iorque em 5 de Maio de 1999, nos quais Portugal e a Indonésia acordaram a realização de uma consulta popular em Timor-Leste. A 30 de Agosto de 1999 os timorenses expressaram a sua vontade quanto ao futuro estatuto jurídico do território, e ainda sobre alguns aspetos relativos à implementação dos resultados da consulta popular, isto é, a decisão sobre a formalização da independência relativamente à Indonésia (Durando, 2009).

Em Timor-Leste uma parte significativa da população vive da agricultura, sendo que o país possui uma economia essencialmente baseada em recursos naturais, apresentando quantidades relevantes de petróleo e de gás natural. Tem reservas minerais de ouro, magnésio, crómio, estanho e cobre. Apesar disso, Timor-Leste apresenta uma economia em reconstrução na sequência da devastação que assolou o país após a independência.

O Relatório do Desenvolvimento Humano de 2002 realizado pela United Nations Development Programme (UNDP) avalia o desempenho de Timor-Leste, de 2002 a 2007, como um dos vinte países mais pobres do mundo, com aproximadamente metade da população a subsistir com menos de 1 dólar por dia, um forte indicador de pobreza.

Tradicionalmente, Timor-Leste tem sido, em grande medida, uma economia assente na agricultura de subsistência, com uma população rural dispersa e que vive perto da linha de pobreza. Alguns setores da agricultura, de pequena dimensão, tais como o café, costumam dar rendimentos monetários a algumas famílias em áreas rurais. Contudo, uma parte significativa das famílias produz apenas para consumo próprio e não dispõe de fontes estáveis ou previsíveis de rendimentos monetários. Em 2010, o setor da agricultura empregava cerca de dois terços da população economicamente ativa (85% da população rural, que constitui cerca de 75% da população total). Existe um potencial enorme na agricultura em diversas áreas: produtos alimentares básicos (milho, arroz, mandioca, café e vegetais), animais e laticínios, produtos para venda, produtos florestais e pescas. A maior parte das produções serve para alimentar as famílias, havendo relativamente pouco comércio. Por exemplo, apenas 25% do arroz cultivado é comercializado (RTDL, 2010). Posteriormente, uma avaliação interna (Plano Estratégico de Desenvolvimento de Timor-Leste 2011-2030) relata que desde 2007, apenas 9% da população ascendeu economicamente a ponto de deixar a chamada “

A existência de comércio ambulante é vista como uma atividade muito importante para o desenvolvimento socioeconómico do país. Desde tempos imemoriais que existem atividades comerciais. Poderá dizer-se que o comércio nasceu quando duas pessoas descobriram que se trocassem entre si o que cada uma tinha a mais pelo que cada uma tinha a menos poderiam ambas ganhar. A troca, uma das componentes fundamentais da atividade comercial, é uma afirmação de inteligência, em que seres humanos decidem obter bens de que necessitam - ou que têm a vontade ou o desejo de possuir - não pela força, não pela coação, não pela intimidação, não pelo furto, mas através de comunicação e de negociação.

A História do Comércio ambulante confunde-se com a História da Humanidade, assim como se confunde com muitas outras realidades que fazem parte da vida quotidiana das pessoas. O comércio ambulante e a distribuição estão presentes em quase tudo: na paisagem, no povoamento, nas compras, na ocupação do tempo, no emprego é, na economia. A atividade do comércio ambulante que, por assim dizer, constitui a essência do surgimento da atividade comercial, está presente em todas as partes do mundo nas diferentes populações.

Na cidade de Díli, a Capital de Timor-Leste, os vendedores ambulantes através da sua atividade distribuem rendimentos e asseguram a sobrevivência das respetivas famílias.

Timor-Leste tem vivido na pós-independência um processo de profundas transformações políticas, económicas e sociais. Em termos estruturais, a economia Timorense encaixa na perfeição numa economia petrolífera, em que o rendimento gerado no enclave petrolífero permite por um lado alimentar um considerável esforço do comércio ambulante, enquanto, por outro lado, todo o aparelho burocrático-administrativo do distrito se torna cada vez mais incapaz de dar resposta às necessidades fundamentais dos vendedores ambulantes no concelho de Díli.

No cenário Timorense podem identificar-se que, já no século XIX, cabia aos escravos, libertos ou não, manter esse tipo de comércio de rua para a venda de alimentos e bebidas no Concelhos de Díli. Um vendedor ambulante é uma pessoa que oferece bens ou serviços para venda ao público sem assentar numa estrutura permanente, mas com uma estrutura estatística temporária. Os vendedores de rua podem ser estacionários e ocupar espaço nas calçadas ou outra áreas públicas/privadas, ou podem ser móveis e deslocarem-se de um lado para o outro, transportando as suas mercadorias.

As atividades de venda ambulante tendem a absorver um grande número de pessoas desempregadas. O seu mercado consiste de um conjunto de consumidores aos quais agrada a acessibilidade aos bens e serviços baratos que os vendedores ambulantes podem fornecer (Kusakabe, 2006). De acordo com o mesmo autor, quando as políticas urbanas permitem aos vendedores ambulantes exercer a sua atividade de comércio, resultam impactos positivos em várias frentes, como pobreza, emprego, empreendedorismo, mobilidade social, paz e ordem, no sentido em que os recursos económicos e sociais são democratizados e harmonizados entre homens e mulheres.

Caracterizando a população de comerciantes de rua em Díli, verifica-se que uma maioria significativa dos vendedores não possuem formação profissional para o exercício da prática de atos de comércio e existe falta de fiscalização pelas entidades competentes,

nesta área. No entanto, o exercício desta atividade comercial é lucrativa permitindo, por um lado o sustento de muitas famílias da cidade de Díli, e por outro, que os comerciantes consigam angariar verbas que lhes permitam ampliar e desenvolver a sua atividade de venda.

Atendendo a esta realidade contextual, procuramos respostas para a seguinte questão: Quais fatores que encorajam os vendedores ambulantes a vender os produtos na borda das estradas no Distrito de Díli? Os vendedores abastecem em concelho de Díli com diversos produtos principalmente os produtos que compraram nas lojas e depois revendem em todo o território concelho de Díli, que afliu em larga medida para a capital do país que é densamente povoada.

1.2 Objetivos do estudo

Os vendedores ambulantes são uma profissão que ocupa um conjunto de pessoas no concelho de Díli. Estas pessoas para além de estarem ocupados com uma atividade económica, desempenham um papel ao nível de economia ao levar o consumo de muitos produtos aos bairros de Díli e aos diferentes locais da cidade.

Objetivo Geral

O objetivo principal deste trabalho é definir o perfil dos vendedores ambulantes de rua em Díli, Timor-Leste

Objetivo Específico

Os objetivos específicos a serem alcançados neste estudo são:

1. Caracterizar, do ponto de vista socioeconómico os vendedores ambulantes;
2. Analisar os fatores que influenciam a venda;
3. Analisar os fatores que influenciam o rendimento dos vendedores ambulantes.

1.3 Importância e motivações do estudo

Com este estudo pretende-se contribuir para a melhoria do plano do governo Timorense e, nomeadamente dos decisores (Ministério Comércio e Indústria Timor-Leste). Os índices motivacionais, quer de natureza pessoal quer profissional são elevados, uma vez que se pretende conjugar algum conhecimento adquirido ao longo de um percurso profissional com objetivos no âmbito dos trabalhos que são indispensáveis às responsabilidades que atualmente tenho desempenhado.

Com este trabalho pretende-se recolher e analisar elementos técnico-económicos indispensáveis a áreas tão importantes como as do planeamento, dos estudos de sector negócio.

Pretende-se também criar um intercâmbio entre a área profissional e a académica no sentido de se obter uma maior racionalidade, espírito crítico e científico que é necessário para execução de trabalhos de importância estratégica no sector.

O estudo diz respeito a uma amostra de vendedores ambulantes em Díli, Timor-Leste.

1.4 Justificação do tema

Os resultados do estudo têm importância teórica e prática. Espera-se que este estudo ao nível micro possa fornecer ideias para a compreensão da importância dos vendedores ambulantes de rua em Díli.

Espera-se que o estudo possa aumentar a consciência social das vendas de rua, identificar os fatores que contribuem para este comércio e compreender os desafios que enfrentam os vendedores de rua em Díli. No devido tempo, espera-se que este estudo vá ajudar as comunidades a andar pelas ruas de Díli buscar dados e resultados da investigação estatística recente. Também pode ter alguma contribuição para a formulação de medidas adequadas para prevenir, reduzir e controlar o problema dos vendedores ambulantes.

Estas medidas a formular pelas autoridades competentes poderão vir a melhorar a vida dos vendedores de rua. Além disso, as políticas facilitarão a ter novos estudos sobre o assunto, pois há poucos dados relevantes e completos sobre o problema de dados venda ambulante.

Abordagem pelos rendimentos que afeitam por comerciantes e os custos, a fim de determinar se o rendimento recebido pelo vendedor pode ser rentável ou não.

1.5 Organização do trabalho

Para além desta introdução, a dissertação está organizada em mais quatro capítulos. No segundo capítulo, faz-se uma revisão da literatura nos aspetos relacionados com o comércio ambulante. No terceiro capítulo, descreve-se a metodologia utilizada, fazendo referência ao âmbito da pesquisa, à seleção da amostra, à estrutura do inquérito. No capítulo quatro faz-se a análise e discussão dos resultados e o capítulo quinto sintetiza as principais conclusões, faz algumas recomendações e identifica áreas de pesquisa no futuro.

Capítulo II - REVISÃO DA LITERATURA

O capítulo apresenta o enquadramento da temática da venda ambulante no contexto do setor informal e de uma atividade de negócio comum a muitos países em desenvolvimento ou em vias de desenvolvimento e, em Timor-Leste. A revisão da literatura científica relevante inicia-se com a caracterização do setor informal, suas características e causas, obstáculos e restrições e importância para a economia. Prossegue com a literatura sobre as principais economias ambulante e a venda ambulante, em geral e, em particular na Capital de Timor-Leste, Díli.

2.1. O setor informal

Na década de 1950, dois estudos, Kaldor (1956) e Cagan (1958), marcaram os primórdios da pesquisa sobre a atividade económica informal. Estes foram seguidos nos anos 70 por outros, entre os quais, Guttman (1977) e Feige (1979). Nas décadas seguintes, os trabalhos sobre o setor informal proliferaram, assim com as pesquisas relacionadas e as metodologias utilizadas (Georgiou, 2007).

Por setor informal consideram-se todos os postos de trabalho que não são reconhecidos como fonte de rendimento regular nem pagam impostos (BD, 2016). O termo é usado quer para relatar a atividade ilegal de um indivíduo que assegura o seu salário, quer para atividades legais, como trabalhos que são realizados em troca de algo que não seja dinheiro. Pode também significar situações mais cruéis onde as pessoas são obrigadas a trabalhar sem remuneração.

Para o Banco Mundial, o setor informal ou economia informal refere-se a atividades e renda que estão parcial ou totalmente fora da regulamentação governamental, tributação e observação. A atração principal da economia não declarada é financeira. A atividade permite que os empregadores, os trabalhadores assalariados e os trabalhadores independentes aumentem os seus rendimentos domésticos ou reduzam os seus custos, escapando da tributação e das contribuições sociais. Individualmente, é um meio através do qual é possível conseguir um trabalho fora do setor formal de emprego mas, coletivamente, representa perda nas receitas do orçamento do Estado por redução da coleta de impostos (WBO, 2016)

Embora não exista uma definição única de setor informal, seja pela heterogeneidade da natureza da atividade, seja pelas diferentes abordagens e contextos, existe um consenso amplo para o considerar como correspondendo a todas as atividades económicas não

registadas nem regulamentadas (Hart, 1973; SisaySeifu, 2005; Schneider e Williams, 2013). Ainda assim Gutmann (1977) usou o termo "economia subterrânea" para definir todas as transações que "escapam à tributação", Feige (1989, 1990) define-a como "economia oculta" porque "escapa à esfera da atual medida social" e Tanzi (1980) afirma a "economia subterrânea" como "produto nacional bruto que não é medida por estatísticas oficiais". Del Boca e Forte (1982). consideram-na como "economia paralela" por se caracterizar pela falta de transações formais.

De um modo geral, no setor informal incluem-se comumente todas as empresas não registadas e microempresas detidas por empreendedores informais que contratam um ou mais empregados numa base contínua, assim como, as operações por conta própria de pessoas singulares que possam empregar ocasionalmente trabalhadores familiares e empregados contribuintes (ILO, 2002). Segundo a mesma fonte, a definição de setor informal deve ter como base as suas características, nomeadamente, facilidade de acesso e, necessidade de recursos (capital e conhecimento) e de formação, dependência de recursos locais, escala de operação (geralmente pequena escala), propriedade familiar das empresas, trabalho intensivo, competências adquiridas fora do sistema escolar formal e não regulação oficial.

A natureza básica das unidades que operam no setor informal pode ser resumida tem pouca ou nenhuma divisão entre trabalho e capital, em as atividades serem realizadas por conta própria, com a ajuda de membros da família não pagos ou com alguns trabalhadores contratados com salários baixos e sem garantias a nível salarial, em condições de trabalho desprotegido, em pequena escala, num baixo nível de organização e tecnologia e, com o objetivo primário de deter emprego em vez de desenvolvimento empresarial (ILO, 2002; OIT, 2002). Os vendedores ambulantes são abrangidos pelo setor informal e enquadram quase todos os aspetos e características contidos na sua definição (Maldonado, 1995).

2.1.1 Características gerais

O setor informal caracteriza-se por um grande número de atividades de produção e serviços em pequena escala que são de propriedade individual ou familiar que utilizam tecnologia simples e mão-de-obra pouco qualificada (Todaro e Stephen, 2003). A facilidade de entrada no negócio, a dependência de recursos indígenas, a propriedade familiar de empresas ou atividades operadas pelo proprietário com poucos ou nenhum empregado, a pequena escala de operação, o incentivo ao trabalho e tecnologia adaptativa, as competências adquiridas fora do sistema escolar normal, a não fixação da operação a

instalações ou horário de trabalho, a inexistência de mercados organizados e/ou regulamentados e de instituições de crédito fazem parte das características do setor informal (OIT, 2002).

Começar uma operação no setor informal, dependendo da sua escala, não requer educação formal, procedimentos e outros requisitos e que apenas um quarto das empresas do setor informal adquire as suas competências nas escolas formais e nos centros de formação (OIT, 2002).

Considerando as pessoas, as empresas envolvidas, o habita e o crédito no setor informal, o emprego criado, as atividades desenvolvidas, o uso do solo e das habitações, dos mercados e do crédito, podem ser descritos pelas seguintes características (GDRC, 2016):

Características das pessoas envolvidas no setor informal

- Ausência de proteção e reconhecimento oficiais
- Não cobertura pela legislação de salário mínimo e pelo sistema de segurança social
- Predominância de trabalho por conta própria e trabalho familiar
- Ausência de organização sindical
- Baixo rendimento e salários
- Pouca segurança no trabalho
- Nenhum benefício adicional proveniente de fontes institucionais

Características das atividades no setor informal

- Mercados não regulamentados e competitivos
- Operação em pequena escala com propriedade individual ou familiar
- Facilidade de entrada
- Dependência dos recursos disponíveis localmente
- Propriedade familiar das empresas
- Tecnologia de mão-de-obra intensiva e adaptada
- Ausência de acesso ao crédito institucional ou outros apoios e proteções

Características do solo e das habitações no setor informal

- Utilização não autorizada de terrenos públicos ou privados
- Subdivisão e / ou locação ilegal de terras
- Construção não autorizada de estruturas e edifícios
- Dependência de materiais de construção de sucata de baixo custo e localmente disponíveis
- Ausência de normas e regulamentações restritivas

- Confiança no trabalho familiar e técnicas artesanais para construção
- Não disponibilidade de financiamento hipotecário ou qualquer outro financiamento subsidiado

Características dos mercados e do crédito no setor informal

- Mercado não regulamentado e não subvencionado
- Acessibilidade fácil ao mercado
- Disponibilidade de mercado de dimensão reduzida e para curto prazo
- Baixos custos administrativos e processuais
- Poucos ou nenhuns requisitos de garantia
- Taxas de juros flexíveis (de muito alto para nenhuma taxa ou inexistência de crédito)
- Transações e reembolsos altamente flexíveis adaptados às necessidades individuais

2.1.2 Tipologias

Existem diferentes formas de categorizar as empresas e os negócios do setor informal. Em geral, as empresas são consideradas em quatro tipologias: empresas ilegais e totalmente relacionadas com atividades criminosas, empresas de subsistência que utilizam a atividade como meio de rendimento ou de sobrevivência, empresas não oficiais que procuram evitar ou reduzir custos e, empresas formais que operam em situações ou atividades sem regras e não reguladas. Todas estas tipologias, podem ser consideradas por setor de atividade (indústria, agricultura, serviços domésticos, construção, comércio, entre outros), por localização geográfica (rural e urbana), por dimensão do negócio (sobrevivência, nano, micro ou pequenas empresas), pela sua formalidade (completamente informais ou potencialmente formais) (Chen. 2012) e, ainda pelo nível em que operam (global, transfronteiriço, regional e local) (Mwaniki, 2003).

A OIT (2002) que associa a economia informal a atividades económicas desenvolvidas por trabalhadores independentes e ou unidades económicas que não são abrangidas pela legislação vigente, nem apresentam qualquer organização formal, segmentou o setor informal em três divisões: atividades geradoras de rendimento, microempresas e pequenas empresas e a divisão latino-americana do Banco Mundial (2007) publicou um documento sobre a composição e causas da informalidade, subdividindo-as em três componentes, trabalho, microempresas e empresas. Quanto ao trabalho, este pode integrar emprego informal e também formal que tenta evitar impostos. Quanto às microempresas, em geral não têm plano de trabalho aprovado pelo Estado e não conseguem penetrar no mercado devido aos elevados entraves à entrada. As empresas buscam evitar custos com

impostos e regulamentações comerciais e, muitas vezes evitam registrar os seus trabalhadores e as vendas. Em qualquer situação, as organizações e os trabalhadores operam à margem da lei e o volume de negócios movimentado é desconhecido ou inexato. Para Mitullah (2003) as atividades do setor informal geralmente localizam-se em pontos estratégicos facilmente visíveis para os pedestres e motoristas (estradas principais, ruas, parques, próximo de centros comerciais e ruas e estradas movimentadas), usam diferentes estruturas para indicar e divulgar os seus bens (tapetes, escaparates, paredes, árvores, sombras e cercas, sacos, carrinhos de mão ou de rodas, baldes na cabeça ou mãos, suportes nos ombros, cestos, motas e bicicleta, entre outras) e, desenvolvem-se fundamentalmente na rua, em áreas públicas das cidades sendo os comerciantes normalmente conhecidos como vendedores ambulantes.

Em síntese, a economia informal integra um vasto leque de comportamentos económicos, socialmente aceites, realizados fundamentalmente com finalidade de sobrevivência e que escapam parcial ou totalmente ao controlo dos órgãos de poder público estatal em matéria fiscal, laboral, comercial, sanitária ou de registo estatístico (ONU, 2013).

2.1.3 Causas, obstáculos e desafios

O setor informal é diferente de um país para outro, em função da cultura, da política e da economia e, conseqüentemente, também as suas causas, obstáculos e restrições diferem. Ainda assim, alguns dos fatores causadores deste fenómeno estão presentes em quase todos os contextos e podem resumir-se nos que seguidamente se listam.

Causas do setor informal:

- Falta de crescimento é um dos fatores impulsionadores das atividades informais. Relaciona-se com taxas lentas de crescimento económico lenta e/ou a ritmos rápidos de crescimento da população aos quais o setor empresarial não consegue responder e criar oportunidades de emprego (Chen, 2012).
- Natureza do desenvolvimento capitalista é considerada uma das causas da informalidade e de uma prática monopolística que usam operadores informais e vendedores ambulantes para aumentar as vendas (Omar E, 2006).
- Regras e regulamentos do governo, como cargas tributárias excessivas ou insuficiente, podem induzir fuga a impostos e práticas de negócios informais, reduzindo o tempo de trabalho do setor formal (Chen, 2012; Belev, 2003) e ainda, criar barreiras que sufocam atividades económicas formais. Falhas em instituir

mecanismos de controle jurídico e institucional adequados são fraquezas do governo que instigam a operações do setor informal (SisaySeifu, 2005).

- A escolha pela atividade informal pode ser pretendida por empreendedores com o propósito de evitar custos de operar formalmente e, essa pode ser uma causa de desenvolvimento do setor informal (Maloney, 2004; Chen, 2012).
- O padrão de crescimento económico que não cria empregos suficientes para todos aqueles que procuram trabalho é considerada outra causa das atividades informais (Chen, 2012). Padrões de crescimento com intensificação de capital e de tecnologia levam a uma redução da força de trabalho e/ou a exigências de superiores qualificações, que aumentem os níveis de desemprego e induzem a informalidade dos trabalhadores que não conseguem competir no mercado de emprego (Chen, 2012).
- Reestruturação económica e crise económica- As crises económicas conduzem a um aumento do desemprego devido à perda de postos de trabalho na economia formal e ao aumento do emprego na economia informal. Pessoas que perdem o emprego, voltam-se para a venda como uma possível fonte de rendimento e resposta à inflação. É por isso que quando as empresas são reduzidas ou fechadas, devido à reestruturação econômica e crise econômica os trabalhadores que são demitidos e não podem encontrar empregos formais alternativos muitas vezes acabam trabalhando na economia informal (Chen, 2012).
- Globalização é, para Cross e Johnson (2000) e para Chen (2012), uma das causas de mudança na economia global, associada ao setor informal e à incubação de novos negócios. As condições de globalização favoreçam as grandes empresas e a pressão concorrencial encoraja a flexibilização de contratos de trabalho através da subcontratação pelo que, os trabalhadores em regime descontínuo transformam-se em assalariados formais para acordos de emprego informal sem salários mínimos, trabalho ou benefícios garantidos (ILO, 2002). Sobretudo África e Ásia, estão em desvantagem devido aos baixos níveis de investimentos tecnológicos e à acumulação de capital que leva à pobreza devido à diminuição da relação de troca e do PIB (Mwaniki, 2003).
- Migração rural-urbana nos países em desenvolvimento, é a causa social considerada por Todaro (1981) para aumentar a atividade informal sobretudo quando essa migração é superior ao nível de desenvolvimento urbano e à criação

de emprego. Resulta de fatores físicos incluindo clima, demográficos como o crescimento da população rural, fatores culturais e fatores de comunicação como condições de transporte e de lazer (oferta por exemplo de cinema). Hayat (2000) argumenta que o setor agrícola é a principal fonte de fornecimento de intervenientes do setor informal.

- A liberalização do comércio e a pobreza estão muitas vezes associados ao incremento do setor informal urbano que é fundamentalmente, um setor de "pobres, pelos pobres, para os pobres", onde se vendem produtos de sobrevivência para atender as necessidades da população pobre (Hayat, 2000).
- Fatores sociais e outros, relacionados com o facto das operações informais serem simples, sem horário rígido nem horas de trabalho regulares e, portanto serem flexíveis e sem grandes obrigações sociais a cumprir. Em comparação com outros empregos urbanos de baixos salários como o trabalhador diário ou a empregada doméstica, a liberdade para realizar o negócio, face a um potencial empregador (Webster & Fidler, 1996), a flexibilidade e a possibilidade de desenvolverem a sua criatividade (Williams *et al.*, 2009). leva a que uma grande maioria de desempregados escolha negócios informais. Para Arizpe (1977), o trabalho no setor informal nem sempre significa a falta de empregos noutros setores, havendo mesmo atividades informais tradicionais em sociedades urbanas.

Quanto aos obstáculos e restrições ao setor informal, estes são financeiros e não-financeiros. Como setor não regulamentado, incluem compreensivelmente, a falta de proteção legal, a dificuldade de acesso ao capital e ao apoio às empresas, para além de outros relevantes que seguidamente se destacam.

- Condições de trabalho e insegurança: os empregos nos setores informais não são seguros, os salários são baixos e as condições de trabalho precárias e inseguras, sendo comum encontrar trabalhadores a realizarem mais de 10 horas por dia e a receberem metade do salário de outros com a mesma produtividade (Kashyap e Singh, 1987), em condições não adequadas, com pouca ou nenhuma segurança no emprego, desprotegida pelo trabalho, exposição a condições meteorológicas extremas (temperaturas, vento, chuva e sol, mau acesso a água limpa) e de saneamento deficientes, em contacto com resíduos produzidos por outros fornecedores, doenças, vermes, e gases tóxicos, com posturas estáticas e riscos vários de dano físico e psicológico (Chen, 2012).

- Falta de benefícios básicos (indenização, pagamento de horas extraordinárias, subsídio de desemprego, licença por doença ou parto, seguro por acidentes de trabalho, pensão) e proteção social. São longas as jornadas de trabalho e inexistentes as organizações de trabalhadores. Existe ainda incerteza em termos de sobrevivência da empresa pelos altos custos operacionais indiretos (Jütting et al., 2008).
- Infraestruturas deficientes, o que inclui inexistência de mercados formais, transporte, espaço de armazenamento, água e eletricidade, entre outras. Em muitos casos, as condições ambientais a que as mercadorias são expostas, sobretudo se forem frutas, verduras e roupas, afetam a sua qualidade e apresentação.
- Escassez de Recursos, sejam financeiros com restrições ou inibições de acesso ao crédito e recurso à banca, sejam não financeiros, pela falta de formação e conhecimentos e dificuldade em aceder a economias de escala e estabelecer parcerias e alianças (Chen, 2012).
- Ostracismo e assédio, são aspetos associados ao setor informal. Em alguns casos os operadores são assediados pelas autoridades nacionais ou locais, pelas empresas e pelos indivíduos que também operam fora do sistema, ou por outros, que lhes batem e confiscam a mercadoria, causando um clima geral de insegurança. Outras vezes são usados por organizações e indivíduos, para receberem benefícios governamentais e/ou visibilidade mediática mantendo-os na ignorância, ostracizados e fora do sistema (OIT, 2002).

Os principais desafios que os operadores informais enfrentam são os seguintes:

- Conflitos nos locais de operação, 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 vários conflitos relativos aos locais de operação, resultantes de competição entre os operadores, da obrigatoriedade de se moverem a fim de dar lugar a outros ou a outras atividades planificadas e de discórdias com os comerciantes proprietários de lojas formais que consideram os informais como uma ameaça aos seus negócios e /ou instalações (Browmik, 2005).
- As políticas e regulamentos aplicados aos operadores do comércio informal são, em geral, antigas e desfasadas da realidade. Daí que os comerciantes de rua e informais tem vindo a exigir leis que reconheçam suas atividades económicas

como um componente importante da economia urbana e assegurem seu direito ao espaço comercial (Browmik, 2002).

- Sistemas de transporte que não atendem as áreas onde o setor informal opera e que obriga os operadores a percorrer grandes distâncias carregando as mercadorias nas costas ou a contratar outros como transportadores (Chen, 2012).
- Saneamento e água potável, não estão geralmente disponíveis para os operadores do setor informal. A maioria depende de fontes de água inseguras, métodos anti-higiênicos de disposição de lixo e uso de espaços abertos como instalações sanitárias. Outros obtêm serviços nas suas casas próximas. Também os serviços de limpeza fornecidos pelas autoridades urbanas são inadequados e não cobrem as áreas das operações informais (Chen, 2012).
- Capital e crédito, são dos maiores desafios do setor informal. Não apenas o capital é insuficiente como não existem fontes de crédito (Chen e Skinner, 2014).
- Conhecimento e tecnologia são outros desafios. A falta de tecnologia e de conhecimento e competências dos recursos humanos impedem a evolução do setor informal e a possibilidade deste cumprir os requisitos e se tornar setor e atividade da economia formal (Browmik, 2005; Chen e Skinner, 2014).

2.1.4 Efeitos e importância na economia

A importância do setor informal resulta de ser fonte de inovação, criatividade e de permitir à economia e à produção crescer (Younus, 1977). O setor informal representa uma parte importante da economia e do mercado de trabalho em muitos países, em especial os países em desenvolvimento, desempenhando assim um papel importante na criação de emprego, na produção e na geração de rendimentos. Em países com altas taxas de crescimento populacional e / ou urbanização, o setor informal tende a absorver a maior parte da força de trabalho crescente nas áreas urbanas (Hussmanns e Mehran, 2000). Sethuraman (1997) refere como principais razões para o crescimento do setor informal a fraca capacidade do sector formal em gerar emprego e rendimentos em muitos países, por um lado, e a migração, por outro.

O setor informal é capaz de absorver grande parte dos novos participantes na força de trabalho que o setor formal é incapaz de lidar com o crescente número de pobres, não qualificados e analfabetos. A maioria das necessidades de sobrevivência derivam de dificuldade em obter ou criar emprego e gerar renda no setor informal. O setor fornece e muitos casos mais emprego e a maioria dos bens e serviços necessários aos grupos de

baixos recursos (OIT, 2002). Por exemplo, na Etiópia, a economia informal compreende metade a três quartos de todo o emprego não agrícola (Sibhat, 2014). Pode ainda ser um local de atração turística (Henderson *et al*, 2012).

Funciona como um meio de acesso ao trabalho remunerado, onde isso pode ser difícil na esfera formal, uma situação que afeta grupos diversos, como pessoas com poucas qualificações educacionais ou profissionais ou, aqueles que estiveram fora do trabalho por um período de tempo. O trabalho remunerado informal pode ter um papel positivo na vida das pessoas, mantê-las longe da pobreza, desenvolver a confiança e habilidades e construir capital social (Travers, 2000). Para além do referido, o sector informal desempenha um papel importante na distribuição de rendimentos, faz concorrência ativa, explora as funções do mercado, melhora a produtividade e as mudanças técnicas e, cria o desenvolvimento económico (Hussmanns, 1998; Sibhat, 2014).

De acordo com Llanes *et al.* (2007), Copisarow e Barbour (2004), Neale e Wickramage (2006), são as seguintes, as consequências positivas para a economia do setor informal: aumenta o rendimento e a autoconfiança dos intervenientes, melhora as competências, expande a experiência de trabalho, desenvolve o hábito de trabalho, leva a minimizar o custo do produto, sustenta a atividade económica, oferece emprego e horários de trabalho flexíveis e condições de vida melhores, promove o espírito empreendedor, apoia a economia formal. Como impacto negativo do sector informal, os autores identificam a falta de formalização e a fuga aos impostos, a perda de receitas orçamentais para o Estado que pode levar a uma maior tributação sobre o trabalho formal, a poluição urbana e falta de qualidade e insegurança em muitos produtos, a distorção das estatísticas de emprego, a concorrência desleal, a dificuldade ou bloqueio da circulação urbana, a criação de um clima de insegurança nos turistas e outros visitantes e, ainda, segundo Bromley (2000), gerar ruído com seus anúncios e pregões.

Para alguns pesquisadores, como Bromley (2000), em países em desenvolvimento e em transição onde o setor informal por ter um papel significativo, os governos devem procurar reduzir a sua dimensão, através da formalização. Chen (2012), argumenta que as empresas, atividades e trabalhadores informais precisam de transitar para o setor formal pelo que o Estado deve desenvolver políticas públicas que incentivem estes a seguir procedimentos que levem ao registo da empresa e à regulação dos empregos informais, a criar mais empregos formais, a proteger os trabalhadores informais pobres e, em última instância, a aumentar a produtividade e os rendimentos da força de trabalho informal.

2.1.5 Rendimento e condições de vida

No sentido económico, o termo rendimento designa a remuneração ou conjunto de remunerações de um qualquer agente económico em contrapartida pela cedência a um outro agente económico de um fator produtivo por si devido para utilização no processo produtivo (Nunes, 2016). São exemplos de rendimentos, o salário ou ordenado (a remuneração recebida pela cedência do fator produtivo trabalho), os juros (remuneração recebida pela cedência da utilização durante um determinado período de tempo de meios financeiros), os lucros distribuídos (geralmente designado por dividendos que são a remuneração recebida pela cedência de capital produtivo) e as rendas (remuneração recebida pela cedência de instalações).

Ao conjunto de todos os rendimentos, obtidos por todos os agentes económicos de um país, é dada a designação de rendimento nacional (Nunes, 2016). O rendimento está assim relacionado com a remuneração pelo uso de recursos ou fatores de produção das famílias e empresas (Sukirno, 2000), sendo um elemento muito importante no comércio, nos setores formal e informal, por permitir saber o valor ou o resultado final auferido (Paula, 2005).

Segundo Munandar (2006), quanto maior for o rendimento, de uma empresa ou família, maior será a sua capacidade de remunerar todos os custos das atividades realizadas ou a pagar todas as despesas.

A condição de vida de uma pessoa pode ser medida através do conceito de rendimento, representado pelo total de dinheiro recebido por essa pessoa num determinado período (Samuelson e Nordhaus, 2002). O rendimento familiar é o total de receita ou riqueza auferido pelos seus membros, que é usada para garantir a sua sustentabilidade. O seu nível permite dividir as famílias em grupos: de rendimento baixo, médio ou alto. Outra forma de entender o rendimento, associa-o ao valor total auferido pelo trabalho individual ou familiar, geralmente, calculado anualmente ou mensalmente.

Neste contexto, o rendimento é um reflexo da situação económica de um indivíduo ou de uma família na sociedade e, normalmente um dos principais indutores do crescimento do setor informal. Todos os que estão lutando por um determinado tipo de trabalho, incluindo o trabalho no setor informal, procuram sempre fazê-lo para melhorar o rendimento individual ou familiar e, desta forma, não apenas atender às necessidades da vida familiar mas, na medida do possível, melhorar o bem-estar da sua família (Sukirno, 2002; Tohar, 2003; Zabeekh Khan Yusuf et al., 2010; Stice, 2011).

Rendimento e condição de vida são conceitos interligados. Embora o conceito de condição de vida seja eminentemente subjetivo, por na sua conceção integrar aspetos relacionados com o atendimento de necessidades vitais básicas (habitação, alimentação, educação, saúde, lazer, vestuário, higiene, transporte, entre outras), o atendimento destas necessidades, garante aos indivíduos melhores condições de vida e de bem-estar (Ribeiro e Barbosa, 2006).

A avaliação das condições de vida de uma população pressupõe a utilização de indicadores sociais (Jannuzzi, 2001). Este autor afirma ainda que nos indicadores sociais se destacam daqueles subjetivos de qualidade de vida, construídos a partir do levantamento de um conjunto amplo de impressões, opiniões e avaliações sobre diferentes aspetos do ambiente sócio-espacial da população, como a satisfação quanto ao domicílio, as facilidades existentes no bairro, as condições económicas e materiais.

Qualquer ser vivo, para sobreviver e prosperar, tem que satisfazer um conjunto de necessidades básicas. Os organismos estão dotados de mecanismos que emitem sinais de alerta automáticos (por exemplo, fome, sede ou sono), que impelem à procura de formas de satisfação das necessidades no mesmo registo (comer, beber ou dormir). A um nível hierárquico superior, colocam-se as necessidades ainda mais complexas, exclusivamente humanas, como a autoestima, a realização pessoal, a necessidade de aprender ou as referências morais. Outras categorias de necessidades mais elaboradas, resultantes e dependentes de diferentes níveis de desenvolvimento e contextos, são ainda as de tipo afetivo (Jannuzzi, 2001).

2.2. A venda ambulante

A venda ambulante é uma ocupação importante para os pobres urbanos nos países em desenvolvimento, embora as condições macroeconómicas em cada país tenham impactos diferentes sobre os vendedores ambulantes (Bhowmik, 2005). No Leste e Sudeste Asiático, é dominada pelas mulheres que encontram nesta atividade uma via importante para apoiarem as suas famílias (Bhowmik, 2005).

Para Lopes (1996), o comércio ambulante pode ser visto como um fenómeno crescente, não só nas economias subdesenvolvidas como também nas economias desenvolvidas, fruto das enormes transformações que ocorrem no mercado de trabalho e na estruturação das sociedades urbanas.

Não existe nenhuma descrição ou definição universalmente considerada exata sobre venda ambulante, pelo facto desta variar em função do contexto sociopolítico e

económico de cada país. Alguns estudiosos e organizações definem a venda ambulante como aquela que se realiza à margem das normas estatais que regulam as atividades económicas de venda, classificando os vendedores em dois tipos, os de rua e os dos mercados (Do Soto, 1994; Deguchi et al., 2005). O vendedor de rua pode ainda realizar negócios em local fixo na via pública, ou em local itinerante ou ambulante.

A venda ambulante foi levantada pela primeira vez no contexto do setor informal pelo antropólogo britânico Keith Hart em 1971 (Hart, 1973), depois de fazer atividades de pesquisa na cidade de Nima Accra, Ghana. O termo foi usado para descrever uma série de atividades que estão fora do mercado de trabalho formal e do trabalho organizado. De acordo com McGee e Yeung (1977), a venda tem o mesmo significado que "vendedores ambulantes", definidos estes como aqueles que fornecem produtos e serviços para serem vendidos em locais públicos, especialmente na rua e espaços públicos.

A literatura sobre a venda ambulante pode ser categorizada em quatro grupos, podendo encontrar-se uma revisão global da atividade de venda ambulante em Bromley (2000). Um primeiro grupo de autores na literatura analisa a economia da venda ambulante, examinando como a venda ambulante é uma importante fonte de rendimento para os lares urbanos pobres (McGee e Yeung, 1977; Iyenda, 2005), como fornece serviços eficientes para os pobres urbanos (Yasmin, 1996, Tinker, 1997, Suriansyah, 2005) e, como esse rendimento contribui para a autonomia económica das mulheres (Salway et al 2005, Mitra 2005).

O segundo grupo de trabalhos desenvolvidos e encontrados na literatura seguem e expandem a perspetiva da economia política através de um exame do significado da venda ambulante e de uma análise da venda na perspetiva matriarcal (Babb, 1989; Seligman, 2001) pela forma como as mulheres operam seus negócios (Mintz, 1971, Tinker, 1997), tem objetivos concretos e são, muitas vezes consideradas uma ameaça para os homens e são socialmente punidas (Brenner, 1998).

O terceiro conjunto de artigos destaca os direitos dos vendedores ambulantes e o assédio que enfrentam, bem como a sua falta de organização (Bhowmik, 2005).

Finalmente, um quarto grupo de pesquisas desenvolvidas e disponibilizadas na literatura oferece uma perspetiva no contexto dos países desenvolvidos, na relação entre a venda ambulante e o uso do espaço urbano e na forma como esta atividade pode revitalizar os espaços urbanos e dar vida às cidades (Deguchi et al., 2005). Neste contexto, o de um país desenvolvido, a venda ambulante traduz-se frequentemente no embelezamento da cidade e no uso dos vendedores como atrações turísticas (Joane *et al.*, 2012).

O crescente reconhecimento do papel da economia informal nos países em desenvolvimento trouxe um reconhecimento do papel da venda ambulante em termos de criação de emprego e um rendimento de subsistência crítica para os pobres urbanos. O seu papel no fornecimento de serviços e de alimentos baratos para a população urbana e melhoria do acesso ao mercado em áreas residenciais também tem sido reconhecido. No entanto, mesmo com esse reconhecimento, os vendedores ambulantes não estão regulamentados, nem direitos ao espaço, assim como não foram integrados no uso e planeamento do espaço urbano. O espaço urbano como recurso contestado para os pobres urbanos tem sido discutido consideravelmente no contexto da habitação, mas não no contexto da venda ambulante.

Para OIT (2002), a expressão “comércio ambulante” ganhou notoriedade em 1977 quando o antropólogo Keith Hart a utilizou com a finalidade de descrever o tipo de inserção dos migrantes rurais do norte do Gana nas cidades de destino que ficavam situadas mais a sul do país. A abrangência do termo “venda ambulante” não tinha grandes ambições conceituais, na medida em que pretendia apenas englobar várias formas de organização da produção e as possibilidades de inserção destas no mercado de trabalho. Estas formas de organização eram distintas das organizações empresariais, vulgo empresas com uma estrutura mais ou menos rígida, com relações trabalhistas específicas das economias formais (OIT, 2002). Desta forma, e sem grandes intenções analíticas na sua origem, a expressão visava, simplesmente, representar um grupo particular da economia que merecia ser estudada e integrada na sociedade em geral e na comunidade em particular.

Embora a origem do conceito de venda ambulante tenha surgido em África, foi na América Latina que teve maior aplicação e desenvolvimento. A sua caracterização, no contexto do setor informal, é, conforme anteriormente referenciado, integra pequenas firmas de propriedade familiar, a utilização de recursos internos, tecnologias e trabalho intensivos, baixa produtividade, atuação em mercados concorrenciais e não regulamentados, e aquisição de qualificações e padrões tecnológicos à margem dos circuitos oficiais (OIT, 2002).

Segundo Lopes (1996), o comércio ambulante pode ser visto como um fenómeno crescente não só nas economias subdesenvolvidas como também nas economias desenvolvidas, fruto das grandes transformações que ocorrem no mercado de trabalho e na reestruturação das sociedades urbanas. Comércio ambulantes de rua são geralmente pequenos em tamanho, exigentes em qualificações relativamente simples e pequenas quantidades de capital. De acordo com Bento (2014), as atividades de venda ambulante

são, geralmente propriedade e operados por indivíduos ou famílias. O seu sucesso depende exclusivamente da localização e da promoção boca-a-boca.

O comércio ambulante é normalmente realizado por vendedores de rua que não possuem licença para o exercício da atividade, não pagam impostos e nem emitem faturas relativas às transações comerciais efetuadas.

A venda ambulante caracteriza-se pela inexistência de vendas a crédito e ausência de garantias e serviços pós-venda, pelo facto de não existirem registos, organização e controle dos produtos por parte dos vendedores de rua o que faz com que não haja a possibilidade de cedência de crédito aos clientes. Smith (1994) define-a como a produção de bens e serviços baseados no mercado, legal e ilegal, que escapa da deteção das estimativas oficiais do PIB, (produto interno bruto).

Comércio ambulante na economia informal é a prática de atos de comércio de carácter espontâneo realizado em locais temporário, nomeadamente na rua, defronte aos estabelecimentos comerciais e nas ruas sem obediência a regras e normas técnico-jurídicas, nem a obrigações fiscais com o estado, estabelecidas pela legislação comercial e de prestação de serviços mercantis, bem como do código comercial vigente.

Lopes (2007) distingue comércio ambulante de economia ambulante. O comércio ambulante consiste nas atividades comerciais realizadas, parcial ou totalmente à margem do quadro legislativo e regulamentar que enquadra o seu exercício, que não cumprem as diversas disposições legais e que é social e administrativamente tolerado. A economia ambulante é uma atividade integrada no setor informal, caracterizada pela transição de bens e serviços ilegais, vendidos ou prestados por unidades que operam com pouca organização e em pequena escala, com pouca ou sem divisão entre fatores de produção, capital e trabalho, cujo principal objetivo é o de gerar rendimentos e emprego para os indivíduos envolvidos (Lopes, 2007 e 2008).

2.2.1 Venda ambulante e crescimento económico

Alguns estudos sobre a venda ambulante referem que as consequências deste tipo particular de atividade apresentam um forte impacto no crescimento económico a dois níveis distintos. Por um lado, o comércio ambulante leva à contração do crescimento do PIB, na medida em que, o aumento de negócios obtido através da economia informal leva a uma redução nas receitas fiscais, e por conseguinte, uma retração da taxa de crescimento económico. Por outro, a economia informal é mais competitiva e eficiente que a oficial, e, por conseguinte, um aumento na economia informal leva a um aumento no crescimento

económico, pois, os cerca de dois terços do rendimento gerado na economia informal são rapidamente usados na economia formal através do aumento do consumo de bens e serviços. Nesta linha de pensamento Gonçalves (2014) e Afonso *et al.* (2015) concluem que “os efeitos positivos da expansão do consumo privado através de rendimentos informais, potenciam o crescimento económico”.

Estes efeitos do comércio ambulante mostram-se correlacionados com o nível de desenvolvimento económico de cada país, independentemente de serem considerados como efeitos positivos para uns e efeitos negativos para outros. Schneider (2005) refere que a relação entre a economia informal e o crescimento económico tende a ser positiva em economias desenvolvidas e em transição e negativas em economias em via de desenvolvimento e subdesenvolvidas.

No caso de Timor-Leste, que possui um dos maiores grupos de vendedores ambulantes de rua do mundo em desenvolvimento, Schneider (2005) estima a participação da informalidade no PIB oficial do país na ordem dos 20%. A venda ambulante compreende duas vertentes distintas, embora relacionadas: a produção rural de subsistência com as atividades informais não agrícolas e o mercado informal predominantemente urbano, (ONU 2013).

Asea (1996), explicando num modelo a correlação entre tecnologia de produção e serviços públicos financiados pelos impostos, encontrou, para o caso dos países subdesenvolvidos, uma correlação mais desfavorável, por a economia informal representar cerca de 40% do PIB oficial. Isto significa que grande parte da oferta e da procura de bens e serviços pode ser realizada dentro do setor informal, originando, assim, efeitos desfavoráveis para o desenvolvimento económico.

O crescimento do comércio ambulante envolve um aumento de fatores como a procura e oferta de trabalho informal que pode adotar as seguintes formas distintas. O trabalho secundário sr realizado após ou mesmo durante o horário de trabalho regular. O trabalho ser realizado por indivíduos que não participam ativamente no mercado de trabalho oficial seja por se encontrarem no desemprego, seja por auferirem outra prestação social. E, o trabalho ser realizado por indivíduos que não se encontram em situação regular de permanência no país. Dados recentes indicam que a informalidade constitui a maior fonte de rendimento para 93% da população rural mundial enquanto 51% do total da população urbana depende também desta economia informal para viver (ONU 2013).

2.2.2 Perfil do vendedor ambulante

Quando se pretende definir o perfil de um vendedor ambulante, existem algumas dificuldades, porque não há uma tipologia única de vendedor, podendo este incluir todas as características de um empreendedor individual. Contudo, é possível identificar alguns elementos distintivos dos empreendedores de sucesso, a saber: visão (reconhecimento de uma oportunidade de negócio), decisão (capacidade de tomar decisões e de aproveitar ao máximo as oportunidades), determinação (para ultrapassar as dificuldades e fazer a diferença), determinação (interesse e firmeza em alcançar os seus objetivos), dinamismo (com energia e vitalidade no desenvolvimento da atividade), dedicação (sacrifício e muitas horas de trabalho, com renúncia a tempos de lazer), comprometimento (compromisso e responsabilidade), independente (em construir o seu próprio destino e posto de trabalho) e, assunção de riscos calculados, entre outros (Duarte e Esperança, 2014).

A venda ambulante, em todo o mundo, é dominada pelas mulheres, sobretudo na comercialização dos produtos alimentares. Os preços não obedecem a qualquer regra a não ser a lei da oferta e da procura embora comandem a decisão de compra dos clientes, fazendo com que vendedor e comprador encontrem uma plataforma de entendimento que efetive. No comércio de concorrência perfeita, a escassez de produtos implica o aumento dos preços praticados contribuindo, assim, para a redução das vendas. Por outro lado, o excesso de produtos na venda provoca uma descida no preço, aumentando as intenções de compra. Nunes (2006) defende que a descida no nível dos preços provoca um aumento das vendas e em simultâneo a um aumento das intenções de compra.

2.3. A venda ambulante em Timor Leste

A venda ambulante, uma das características históricas e estruturais do mercado de trabalho timorense, desenvolveu-se no país, sobretudo após a Independência da República Democrática de Timor-Leste, em 2002, como uma forma da população mais pobre, nalguns casos migrantes das zonas rurais, criar negócios e sustentar a família. Muitos dos negócios ambulantes são dominados pelos chineses em todo o território de Timor-Leste. Contudo, este não é um fenómeno pós-independência. Depois da descolonização e durante a ocupação e a guerra que se prolongou por cerca de 24 anos, a população Timorenses abandonou as zonas rurais e veio procurar abrigo, tentar sobreviver e procurar melhores condições de vida em Díli é, a capital do Timor-Leste. Neste primeiro período,

anterior à independência de Timor-Leste, 2002, as atividades dos vendedores ambulantes traduziam uma expressão estritamente subsidiária do setor formal da economia, que era o setor dominante e estruturante da sociedade Timorenses, pois era dotado de mecanismos de controlo e regulação indispensáveis ao funcionamento das instituições. A venda ambulante de Díli restringia-se às atividades tradicionais, aos serviços domésticos, ao comércio ambulante, ao comércio porta a porta, aos mercados dos musseques e às atividades relacionadas com a construção e alojamento da população autóctone que vivia na periferia da capital (ONU, 2013).

A segunda fase foi marcada pelo processo de crescimento que teve o seu início nos anos de 2007 e 2008. Neste período, práticas informais como a candonga, rapidamente, se alastraram para os mais diversos setores de atividade económica e os sociais em Díli, adotaram diferentes formas de intervenção no contexto socializante de uma economia centralizada e administrativamente no concelho de Díli, Timor-Leste.

A terceira fase surge com o desmantelamento da maioria dos mecanismos que caracterizam o centralismo económico decorrido entre 2008 a 2009, que foi marcado pelo processo de transição de uma economia planificada para uma economia de mercado, provocando alterações circunstâncias na dinâmica do crescimento acelerado dos vendedores ambulantes em concelho de Díli.

A quarta fase situa-se no período compreendido entre 2009 a 2011, período em que se registou um crescimento generalizado das atividades e práticas informais, que encontraram terreno fértil para a aplicação de critérios dúbios e ambíguos, o aproveitamento abusivo da indefinição do processo de liberalização da economia, por um lado, e da transição para a economia de mercado, por outro, que coexistiu com a manutenção do enquadramento e de lógicas administrativas de carácter monopolista em alguns setores da atividade económica. Era um período caracterizado pela instabilidade e no qual decorria uma vasta sucessão de programas de reformas económicas que, uma vez concebidas eram encetadas e, rapidamente, eram alteradas, substituídas e ou abandonadas.

A quinta fase ocorreu com a chegada da paz em 2008 e o início da adoção de políticas de estabilização macroeconómica, em particular no sector cambial e no sector interno, porque o contexto de evolução conjuntural do preço do petróleo e gás no mercado internacional era muito favorável. Verificou-se, nesta época, uma significativa retração de alguns segmentos da economia informal.

A transição da economia planificada para a economia de mercado, a guerra que se viveu no país, as migrações forçadas das zonas rurais para os centros urbanos, fez com que a população ativa abandonasse os seus postos de trabalho resultando, assim, numa perda do dinamismo do sector industrial e um aumento significativo das atividades informais passando a existir mais pessoas ligadas à atividade informal, por um lado, e a existirem em maior número mercados informais diversificados do que no período anterior, por todo o país, em particular, na capital, Díli (ONU, 2013).

A maioria dos vendedores ambulantes opera a venda como um negócio de família, pelo que, tanto a esposa como o marido e, nalguns casos, os filhos, estão envolvidos no negócio. Ao mesmo tempo, é interessante notar que a quantidade de tempo dedicado à atividade de venda não é muito diferente para os vendedores ambulantes comparado com os vendedores detentores de uma loja embora estes últimos mantenham o negócio por um período de tempo um pouco mais longo.

Em 1999-2002, após a queda do regime da Indonésia, a migração para Díli, bastante maior do que até então, intensificou-se muito sendo a venda ambulante atualmente uma das mais importantes fontes de rendimento para muitos moradores do concelho de Díli, bem como para os novos imigrantes. Muitos os vendedores que começaram seus negócios em 1999 cresceram para posições superiores, em mercados ou lojas noutras zonas do território de Timor-Leste, fora de Díli. Alguns detém locais fixos na via pública ou em mercados diários, para desenvolverem o seu negócio, frequentemente em frente ou ao lado das bordas das estradas onde existe melhor e maior acesso para os clientes. Outros, exercem atividades comerciais de caráter itinerante. A fixação num determinado local faz com se que criem algumas infraestruturas simples e rudimentares para a exposição dos produtos.

2.3.1. Principais locais de venda ambulante

O elevado crescimento da população e a sua deslocação das regiões rurais e do interior do país para a capital, fruto da ocupação Indonésia que assolou o país durante 24 anos forçou a migração em busca de melhores condições de vida familiar. A capital Díli tem vindo a assistir a um crescimento da sua população urbana. A procura de bens alimentares e de primeira necessidade aumentou, provocando assim, o aparecimento de diversos pontos de venda ambulante situados na via pública (borda das estradas, frente a lojas, escolas ou escritórios, junto ao terminal rodoviário, jardins), ou em calçadas ou largos e demais locais propícios à aglomeração de pessoas que têm como único intuito a venda de produtos como fonte de rendimento para o sustento dos seus familiares. Nalguns locais

os vendedores contam com infraestruturas ao nível do sistema de refrigeração, reservatórios de água e, casas de banho, entre outros. O vendedor está dividido em áreas descobertas de destinados a produtos perecíveis e outros produtos que exigem condições físicas e de climatização mais específicas.

De acordo com Dalla (2011) dá-se o nome economia ambulante aqueles que não mostram nenhuma relação com aspetos formais e, embora possa haver um contrato entre as partes, não tem exigências fiscais, nem cumprem normas de comércio e de trabalho.

Atualmente, governo de Timor-Leste e agências relacionadas criaram projetos para identificar a economia informal mais relevante tendo em vista melhorar as infraestruturas para o desenvolvimento das atividades dos diferentes operadores. Os principais locais de venda ambulante em Timor-Leste, com maior notoriedade, protagonismo, capacidade de atrair maior número de clientes e, por essas razões, com um maior volume de vendas, situam-se no concelho de Díli e oferecem uma gama de produtos muito diversificados. Estão situados no Cristo Rei, na Vera Cruz e no Dom Aleixo.

2.3.2 Venda ambulante em Díli

A presença de vendedores de rua no concelho de Díli é um fenómeno idêntico ao que pode ser observado em muitos países, especialmente no Terceiro Mundo (Cross e Johnson, 2000; Bromley, 2000) e em cidades com uma alta concentração de população (Hays-Mitchell, 1994). A venda ambulante em Díli é um processo anterior à independência do país, em 20 de maio de 2002, sendo os vendedores ambulantes visíveis nos espaços públicos urbanos, nas ruas, nos estacionamento, nos cruzamentos, nas calçadas pedestres, nos parques e noutros locais do concelho.

Apesar da venda ambulante ter sido regularizada em Janeiro de 2010 pela Administração do concelho do Díli, a entidade que supervisiona e regula esta atividade, ainda existem muitas atividades económicas ambulantes não reguladas e, conseqüentemente, desconhecidas do estado e das instituições públicas. A tendência para o crescimento dos vendedores de rua na última década, abrange cada vez mais, um extenso e diversificado conjunto de atividades onde a distribuição alimentar assume um importante papel, por ser um meio de subsistência que faz parte integrante da cultura e da história económica do povo Timorense, existindo desde sempre nas ruas de Díli.

A maior notoriedade dos vendedores ambulantes em Díli ocorreu a partir de 2014, no contexto de sucessivas reformas ao nível da liberalização da economia e do incentivo dado às micro e pequenas empresas informais para operarem no novo quadro económico,

apesar de não se encontrarem à data, completamente legalizadas. Houve, então, um bom generalizado destas empresas que, rapidamente, invadiram a economia Timor-Leste e se tornaram o principal empregador de uma maioria significativa da população no concelho de Díli é, a capital de Timor-Leste.

O facto da maioria dos vendedores de rua conseguir facilmente mover-se de um lugar para outro e montar e desmontar os seus postos de venda, sugere que estes vendedores são elementos urbanos com características temporárias, que podem aparecer e desaparecer temporal e localmente. Para Maharika (2001) tal fenómeno de “encontrar um lugar, movendo-se de um para outro local, construindo e desconstruindo o abrigo, uma e outra vez” corresponde a uma espécie de ritual dos vendedores de rua.

Os vendedores ambulantes de rua em Díli são, maioritariamente, do sexo feminino, à semelhança do que acontece em todo mundo, onde a venda ambulante é dominada pelas mulheres, sobretudo na comercialização dos produtos alimentares.

2.3.3 Importância da venda ambulante em Díli

A venda ambulante de Díli é e tem sido uma fonte de subsistência para todos os indivíduos que se encontram no desemprego e por todos os outros que por diversas razões não conseguem emprego no setor formal e se veem obrigados a recorrer a este setor para poderem obter algum rendimento para sustentar às famílias. Esta atividade da economia informal, assegura cerca de 45% do emprego de jovens timorenses sendo que, aproximadamente 8% dos timorenses que trabalham no sector formal são também proprietários de um comércio ambulante para aumentarem o seu nível de rendimento. Em 1999, este grupo representava a população mais importante da sociedade a nível económico. A economia informal gerava, à época, 45% dos rendimentos das famílias e garantia a sua sobrevivência em cerca de 42% delas. Mais de 252.884 habitantes, 21,67% da total população, em Díli, dependia única e exclusivamente da venda ambulante para sobreviver.

Por outro lado, a venda ambulante em Díli, é ainda uma resposta às necessidades de segurança física, embora existam carências relacionadas com a sustentabilidade dos direitos de propriedade dos vendedores de rua, assim como à necessidade de oferecer aos potenciais clientes uma oferta mais diversificada de bens e serviços, de acordo com a utilização de técnicas de venda mais apelativas, motivando e influenciando a decisão de compra os clientes.

De realçar ainda a importância de uma componente da venda ambulante que funciona como grossista na medida em que abastece os vendedores de pequena dimensão espalhados pela capital. Geralmente estes situam-se em espaços determinados e funcionam no período compreendido entre as 7 horas da manhã e as 7 horas da noite. O abastecimento da venda ambulante é feito com produtos provenientes de todas as províncias, com particular incidência para os produtos oriundos do concelho de Díli.

À semelhança do encontrado por Bento (2014) para Angola, também o crescimento acelerado e importância da venda ambulante na economia informal em Díli se deve à seguinte conjugação de fatores:

- A procura de melhores condições de vida por parte das populações que foram forçadas a sair da sua área de residência devido à guerra, instabilidade, falta de segurança e de condições mínimas essenciais à sobrevivência humana;
- A facilidade de obtenção de rendimentos mais elevados ou outra fonte de renda na cidade de Díli, onde convergiram todos os tipos de recursos, financiamento e as atividades económicas.
- Remunerações ou salários insuficientes para o sustento das famílias, direcionando as pessoas para a economia informal, como fonte complementar de rendimentos;
- A falta de resposta do sector formal em gerar emprego, isto é, a taxa de desemprego demasiado elevada;
- A pobreza extrema da população;
- O acentuado desequilíbrio entre a oferta e a procura de bens e serviços;
- A formação académica, profissional, científica e técnica insuficiente da maioria dos agentes económicos e de comerciantes;
- A falta de capacidade financeira dos vendedores ambulantes;
- A inflação, ou seja, o aumento gradual no nível geral de preços praticados que origina a diminuição do poder de compra da população.

A venda ambulante em Díli, está ainda relacionada com o tipo e a quantidade de produto comercializado e o dinamismo e tempo de venda de cada vendedor no mercado. Os vendedores são, regra geral, muito voláteis e podem abandonar com relativa facilidade a atividade, sobretudo quando atingem os 50 anos ou mais (Bento, 2014).

Para além do referido e, apesar da inexistência de uma rede de comunicação, coordenação, gestão e fiscalidade a nível formal, em síntese, pode afirmar-se que a

atividade de venda ambulante em Díli, é importante pela missão da subsistência das famílias e pelo contributo para a reconstrução do país e da manutenção da ordem e da normalidade da economia pós-independência.

Capítulo III – METODOLOGIA

O capítulo apresenta e fundamenta o itinerário seguido na preparação do processo de pesquisa, desenhado de acordo com o tema e os objetivos formulados. Nele se estabelecem as técnicas para a recolha dos dados, a recolha de dados, a técnica de amostragem e seleção da amostra, bem como o processo de análise de dados. Inclui o método de pesquisa, o instrumento e forma de recolha dos dados, e de validade e confiabilidade dos resultados.

3.1. Área de pesquisa

Como já foi referido na introdução, o principal objetivo deste estudo foi o de fazer uma caracterização dos vendedores ambulantes no concelho de Díli, Timor-Leste, tendo por base o caso de estudo das comunidades de venda ambulante desse mesmo concelho.

A cidade de Díli é a capital de Timor-Leste, inserindo-se no distrito como o mesmo nome, um distrito predominantemente urbano, que tem uma população 266.236 habitantes, sendo 141.032 do sexo masculino (53%) e 125.204 do sexo feminino (47%), e com uma taxa de crescimento anual de 7,10% (DNE, 2010). O Distrito de Díli é o mais pequeno do país com uma área de 372 km², representando 2,46% da área total do país. O Concelho de Díli inclui atualmente os subdistritos de Ataúro, Cristo-Rei, Dom Aleixo, Nain Feto, Metinaro e Vera Cruz.

O distrito de Díli faz fronteiras terrestres:

1. A Sul com os Distritos de Aileu e Manatuto;
2. A Oeste com o distrito de Liquiçá; a fronteira direta com o distrito de Liquiçá é feita pelo sub-distrito de Dom Aleixo;
3. A Leste a fronteira é ainda com o distrito de Manatuto;
4. A Norte a fronteira é marítima, sendo que um dos sub-distritos, Atauro, se situa no Mar Banda.

As atividades económicas informais em Díli são diversas no comércio ambulante, na indústria transformadora e da indústria produção, na administração civil, transportes e comunicações, em educação, saúde e serviços sociais, serviços de hotelaria e na agricultura. De acordo com estatísticas oficiais do governo, algumas pessoas na cidade estão envolvidas no comércio ambulante em Díli.

A escolha dos indivíduos para a aplicação do questionário foi feita por conveniência.

3.2. Aspectos Metodológicos

O método de pesquisa utilizado foi o método descritivo. Este método, tendo como objetivo criar uma imagem dos fenômenos reais observados com atenção voltada para os problemas que ocorrem, baseia-se na recolha de dados, sua análise e interpretação dos resultados através de testes estatísticos (Silva, 2004).

Para que um estudo estatístico produza resultados fiáveis é necessário cumprir as seguintes etapas: identificação do problema, planeamento do estudo, recolha de dados, apresentação dos dados, análise de dados e sua interpretação.

A fase inicial do estudo estatístico consiste em escolher rigorosamente um tema do trabalho, formulando corretamente o problema a ser estudado e as hipóteses a testar (Santos, 2010).

Em termos metodológicos o estudo iniciou-se com uma pesquisa secundária através de uma ampla revisão da literatura envolvendo componentes teóricas e estudos empíricos, estatísticas e outros documentos julgados relevantes para a caracterização da situação em estudo, tais como estatísticas oficiais, estudos e boletins institucionais e, de livros, pesquisas, estudos e artigos científicos sobre a temática em estudo.

Numa segunda etapa foi realizada a recolha de dados primários, através de inquérito por questionário, sua análise estatística e interpretação.

3.2.1. Amostra

O método utilizado para identificar os intervenientes é o de amostragem não probabilística por conveniência. Tal significa que a escolha dos sujeitos objeto de estudo foi realizada com base na conveniência do investigador e em critérios vários, entre os quais a acessibilidade aos inquiridos e a respetiva diversidade.

Este método de escolha tem como desvantagem a impossibilidade de generalizar os resultados obtidos ao universo, tendo o uso da amostra de conveniência a vantagem de ser menos dispendiosa e mais simples de aplicação (Churchill, 1999).

De acordo com Santos (2010), a impossibilidade de efetuar um recenseamento ou estudar toda população, por questões de custo, falta de meios ou por sua observação pode ser destrutiva. Deste modo, os estudos fazem-se por amostragem, baseando-se na observação de apenas uma pequena parte da população. Os métodos de amostragem probabilísticos ou aleatórios são mais complexos, morosos e dispendiosos do que os métodos empíricos ou não probabilísticos. Nos métodos probabilísticos cada um dos elementos da população em estudo tem hipóteses de ser incluído na amostra, sendo possível medir com rigor a

probabilidade de isso acontecer. Na amostragem não probabilística já não é possível definir com rigor ou calcular as probabilidades de inclusão dos diferentes elementos da população na amostra.

O instrumento escolhido para a recolha de dados primários foi o inquérito por questionário, aplicados 60 respondentes no concelho de Díli. Serão efetuadas entrevistas individuais aos vendedores para complementar e clarificar informação em falta, através do contacto direto com mesmo.

3.2.2 Descrição do questionário

O questionário composto por perguntas fechadas para facilitar o apuramento dos resultados, é constituído por 2 partes: Parte (A) com perguntas sobre “As Características gerais de respondentes” (10 perguntas); Parte (B) questões sobre características da venda (19 perguntas). A parte A inclui questões sobre idade, escolaridade, estado civil, local de habitação, dependentes, atividades desenvolvidas. A parte B refere-se à atividade de comércio ambulante, incluindo questões sobre produtos que vende, local de aquisição, local de venda, periodicidade das vendas, horários, preços, etc.

3.3 Tratamento e Análise de Dados

Após a realização dos questionários, o trabalho de tratamento dos mesmos efetuou-se com recurso ao programa estatístico *SPSS*® (versão 22), envolvendo as seguintes fases: 1) Criação de ficheiro de dados; 2) Inserção de dados; 3) Realização da análise estatística; e, 4) Interpretação dos resultados obtidos.

A análise foi concretizada através da elaboração de quadros e figuras e do cálculo das medidas e indicadores que se consideraram adequados. A análise descreve a amostra e procura representar de uma forma concisa, sintética e compreensível a informação recolhida. Face à opção tomada no presente estudo, as conclusões a retirar não se generalizam à população, aplicando-se apenas às unidades da amostra.

Para a análise descritiva/inferencial, usou-se o *SPSS* (*Statistical Package for the Social Sciences*). O *SPSS* é utilizado em soluções de estatística em variadas áreas e modos como: *crosstabs*, *compare means*, *explore*, etc. Além disso, o *SPSS* é utilizado na aplicação de testes estatísticos, como os testes de correlações, contagens de frequência, ordenação de dados, reorganização da informação.

Os dados foram analisados através de estatística descritiva, tendo sido realizados cruzamentos de variáveis, usando-se o teste F para averiguar a presença ou ausência de

diferenças significativas entre grupos. Recorreu-se ainda à análise de clusters, com vista a construir grupos homogéneos e identificar as variáveis que lhes correspondem.

Capítulo IV – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste estudo, o objeto de análise são os vendedores ambulantes de rua no concelho de Díli, que fazem vendas ambulantes na rua na cidade de Díli. As características dos entrevistados são analisadas e discutidas nesta pesquisa e incluem as características socioeconómicas dos 60 vendedores ambulantes que compõem a amostra.

4.1. Área de estudo

O Concelho de Díli é a Capital de Timor-Leste e a maior cidade do país. Localizada na costa norte da ilha de Timor que confina, a nascente, com o município de Manatuto, a sul com Aileu, a poente com Liquiçá e a norte com o Mar de Savu; integra também a ilha de Ataúro, localizada frente à cidade de Díli. O Município de Díli possui 234.026 habitantes (Censos 2010) e uma área de 368 km² (DGE, 2012). É o município mais pequeno do país. Inclui atualmente os postos administrativos de Ataúro, Cristo-Rei, Dom Aleixo, Nainfeto, Metinaro e Vera Cruz (Tabla 4.1).

Tabela 4.1. Área do município de Díli

Município de	Posto administrativo	Área em km ²	%
Díli	Díli	368	100
	Vera Cruz	33	8,9
	Nain Feto	5	1,4
	Metinaro	91	24,79
	Atauro	140	38,17
	Dom Aleixo	33	9
	Cristo Rei	65	17,75

Fonte: Direcção Geral de Estatística/General Directorate of Statistics, 2012

Segundo o censo da população de 2010, o município de Díli, tem 234.026 habitantes, sendo 124.389 do sexo masculino e 109.637 do sexo feminino, constituindo 35.224 famílias.

Tabela 4.2. Total da população do Concelho de Díli por grupo etário

Distrito de Díli	Total	Grupo de Idade					
		0-4	5-9	10-14	15-19	20-64	65+
Total	234.026	30.227	28.585	22.767	28.922	118.568	4.957
Vera-Cruz	34.015	4.017	3.902	3.280	4.166	17.907	743
Nainfeto	26.592	3.096	2.925	2.434	3.310	14.168	659
Metinaro	4.727	688	628	582	621	2.014	174
Atauro	8.602	1.152	1.226	1.059	956	3.690	519
Dom Aleixo	105.154	14.098	12.777	9.480	12.816	54.407	1.576
Cristo Rei	54.936	7.176	7.107	5.932	7.053	26.382	1.286

Fonte: Censos da População Habitação 2010

Desta forma, no município de Díli a população urbana é de 192.652 habitantes (82,3%) e a rural de 41.374 (17,7%) (Censos da População de 2010).

4.2. Características Socioeconómicas dos Vendedores Ambulantes de Díli

Uma das principais vantagens deste negócio é que pode ser desenvolvido em regime de *part-time*, ou seja apenas no tempo que se tem disponível, por exemplo aos fins-de-semana, para além da óbvia mobilidade.

Praticamente todos os locais que concentrem um elevado número de pessoas ou tenham uma elevada circulação podem servir de base a um negócio ambulante. Estes negócios também podem ser bastante rentáveis permitindo a sua expansão e/ou fazer dos mesmos a atividade principal da pessoa.

Tabela 4.3. Vendedores por classes de idade

Categoria idade	Frequência	Percentagem (%)
<= 30 anos	31	51,7
30 e 40 anos	18	30,0
> 40 anos	11	18,3
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

Os vendedores ambulantes inquiridos têm em média 32 anos, são, na sua maioria, jovens (<=30 anos), 30 % têm idade compreendida entre os 30 e 40 anos e 18,3% têm mais de 40 anos (Tabela 4.3). Os vendedores ambulantes inquiridos encontram-se maioritariamente na classe dos <30, idade produtiva.

Tabela 4.4. Distribuição dos Vendedores Ambulantes por sexo

Distribuição dos ambulantes por sexo	Frequência	Porcentagem
Feminino	22	36,7
Masculino	38	63,3
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

De acordo com a tabela 4.4, pode-se concluir que cerca de 63,3% dos vendedores ambulantes são do sexo masculino.

Tabela 4.5. Nível Escolaridade dos Vendedores Ambulantes

Nível Escolaridade Vendedores Ambulantes	Frequência	Porcentagem (%)
Nenhum	20	33,3
Primário	15	25,0
Pré-secundário	8	13,3
Secundário	8	13,3
Superior	9	15,0
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

A maioria dos vendedores são analfabetos (33,3%), ou têm o ensino primário (25%), 13,3% têm o pré-secundário, 13,3% o secundário, e 15% o bacharelato ou universitário (Tabela 4.5). Assim de modo geral a maioria dos vendedores de Díli tem educação não formal.

Tabela 4.6. Estado Civil dos Vendedores Ambulantes

Estado Civil Vendedor Ambulante	Frequência	Porcentagem (%)
Solteiro	15	25,0
Casado	43	71,7
Viúvo	1	1,7
Divorciado	1	1,7
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

A maioria dos vendedores ambulantes (43 pessoas, 71,7%) são casados e, apenas 15 pessoas são solteiras (tabela 4.6).

Tabela 4.7. Local de habitação dos vendedores ambulantes

Localização Vendedores Ambulantes	Frequência	Porcentagem (%)
Aitarac Laran	4	6,7
Bairro-pite	1	1,7
Bebonuk	1	1,7
Bebora	1	1,7
Becora	8	13,3
Becusse Centro	1	1,7
Caicoli	6	10
Camea	2	3,3
Colmera	8	13,3
Comoro	18	30
Dom Aleixo	1	1,7
Kampung Alor	1	1,7
Matador	1	1,7
Palapaço	4	6,7
Santa Cruz	1	1,7
Vilaverde	2	3,3
Total	60	100

Fonte: Resultado da pesquisa

Os 60 respondentes provêm de várias localidades sendo o suco de Comoro o mais representado (30%) (Tabela 4.7).

Tabela 4.8. Deslocação do local habitação vendedores ambulantes

Desloca do local habitação	Frequência	Porcentagem (%)
Aitarac Laran	4	6,7
Bairro-pite	1	1,7
Bebora	1	1,7
Becora	7	11,7
Becusse Centro	1	1,7
Caicoli	7	11,7
Camea	2	3,3
Campuz UNTL	1	1,7
Colmera	6	10,0
Comoro	15	25,0
Cristo Rei	1	1,7
Delta	1	1,7
Fomento	1	1,7
Mandarin	4	6,7
Palapaço	3	5,0
Santa Cruz	1	1,7
Vilaverde	4	6,7
Total	60	100,0

Fonte: Dados Resultado da pesquisa

Resultado de análise apresentam que, dos 60 respondentes provêm de várias localidades e, a maior percentagem do suco de Comoro e, ao mesmo estes cidadãos vêm à área urbana com o objetivo de melhorar as suas vidas. Enquanto a percentagem menor vem às outras partes dos sucos em Díli.

Tabela 4.9. Familiares Dependentes

Dependentes do Membros da Família	Frequência	Percentagem
<=5 Membros	36	60,0
>5 e <=10 Membros	22	36,7
>10 Membros	2	3,3
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

O número de membros da família dos vendedores, conforme tabela 4.9, é na sua maioria <10 pessoas, com 60% dos vendedores a terem menos do que 5 membros de família. Apenas 3,3% dos vendedores têm mais do que 10 membros de família.

Tabela 4.10. Outras atividades

Atividade	Frequência	Percentagem (%)
Só venda ambulante	56	93,3
Outra atividades	4	6,7
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

Maioritariamente os vendedores ambulantes exercem exclusivamente a atividade ambulante (93,3%) (Tabela 4.10).

Tabela 4.11. Troca por Outras Atividades

Outras atividades	Frequência	Percentagem (%)
Não troca por outras atividades	44	73,3
Sim troca por outras atividades	16	26,7
Total	60	100,0

Fonte: Dados Resultado da pesquisa

Relativamente à questão de se trocava a atividade ambulante por outras actividades, 73,3% dos inquiridos respondeu que não trocava e apenas 26,7% trocava a venda ambulante por outra atividade (Tabela 4.11). Alguns dos inquiridos dizem que a atividade é suficiente e os outros querem mudar de emprego.

Tabela 4.12. Atividade Venda e envolvimento em relação aos Filhos

Envolvimento dos filhos	Frequência	Porcentagem (%)
Vendedores	6	10,0
Outra profissão	54	90,0
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

A maioria dos vendedores ambulantes (90%) deseja outra profissão para os filhos e apenas 10% responde que deseja o envolvimento dos filhos para ajudar a vender os produtos (Tabela 4.12). Em consonância com estas respostas está também o desejo do mesmo trabalho para os filhos: 90% não deseja o mesmo tipo de trabalho para os filhos (Tabela 4.13).

Tabela 4.13. Deseja o mesmo tipo de trabalho para seus filhos

Deseja deste tipo trabalho para seus filhos	Frequência	Porcentagem (%)
Não	54	90,0
Sim	6	10
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

Os vendedores ambulantes não desejam o mesmo tipo de trabalho para os seus filhos (Tabela 4.13).

Tabela 4.14. Entidade patronal

	Frequência	Porcentagem (%)
Patrão	1	1,7
Individual	59	98,3
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

Quase todos os vendedores ambulantes trabalham por conta própria, apenas 1 tem patrão (Tabela 4.14).

4.3. Caracterização da venda ambulante

A maioria dos vendedores ambulantes inquiridos tem locais de venda permanentes (81,7%) enquanto 18,3% não têm loja fixa (Tabela 4.15).

Tabela 4.15. Local Vendedores Ambulantes

Localização dos vendedores	Frequência	Percentagem (%)
Permanente	49	81,7
Ambulante	11	18,3
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

Tabela 4.16. Local de venda * Periodicidade da venda

		Vende todos os dias			
		não		sim	
		Frequência	%	Frequência	%
Local venda	permanente	8	73%	41	84%
	ambulante	3	27%	8	16%
	Total	11	100%	49	100%

Fonte: Resultado da Pesquisa

Dos vendedores ambulantes que vendem todos os dias, 84% têm um local de venda permanente e 16% não tem. Já os que não vendem todos os dias 73% têm local de venda permanente e 27% não tem (Tabela 4.16).

Tabela 4.17 Experiência com venda ambulante

Nº de anos com venda ambulante	Frequência	Percentagem (%)
<=5 anos	35	58,3
>5 e <=12 anos	23	38,3
>12 anos	2	3,3
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da Pesquisa

De acordo com a Tabela 4.17, mais de metade (58,3%) dos vendedores inquiridos tem menos de 5 anos de experiência na atividade, 38,3 % tem entre 5 e 12 anos na atividade e 3,3% têm mais de 12 anos.

A partir esta descrição pode-se concluir que a experiência de venda consiste no nível de domínio do conhecimento e as habilidades de uma pessoa para poder aplicar ao serviço dos vendedores ambulantes.

Tabela 4.18 Período do dia em que vende melhor

Período da venda	Frequência	Percentagem (%)
Manhã	34	56,7
Tarde	12	20,0
Noite	14	23,3
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

Os vendedores ambulantes podem vender em diferentes ocasiões do dia. No caso em estudo verificou-se que 34 pessoas (56,7%) vendiam melhor o produto de manhã, 12 pessoas (20%) de tarde e da noite apenas 14 pessoas (23,3%) vendiam melhor (tabela 4.18)

Tabela 4.19 Duração da atividade da venda

Horas da venda	Frequência	Percentagem (%)
<=6 horas	2	3,3
>6 e <=10 horas	29	48,3
>10 horas	29	48,3
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da Pesquisa

De acordo com a tabela 4.19 relativamente à duração da atividade de venda, quase todos os vendedores trabalham mais do 6 horas por dia, apenas 3,3% trabalha menos do que 6 horas.

Os meses de Janeiro, Março e Agosto são referenciados como melhores meses de venda por 24,9% dos inquiridos. No entanto, 28,3 % referem que vendem bem todo o ano (Tabela 4.20).

Tabela 4.20. Época em que vende melhor

Época da venda	Frequência	Percentagem (%)
Janeiro	5	8,3
Fevereiro	4	6,7
Março	5	8,3
Abril	4	6,7
Maió	2	3,3
Junho	3	5,0
Julho	3	5,0
Agosto	5	8,3
Setembro	2	3,3
Outubro	2	3,3
Novembro	4	6,7
Dezembro	4	6,7
Permanente	17	28,3
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

Tabela 4.21 Variação do preço

Preço	Frequência	Percentagem (%)
Varia ao longo do ano	16	26,7
Não varia ao longo do ano	44	73,3
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

Para 73,3% dos inquiridos o preço não varia ao longo do ano, enquanto para 26,7% esse preço sofre variações (Tabela 4.21)

Tabela 4.22 Produtos que vende

Produtos	Frequência	Percentagem (%)
Bolacha	42	70,0
Biscoute	52	86,7
Chocolate	40	66,7
Mocca	39	65,0
Taiger	43	71,7
Coca-Cola	55	91,7
Gratindente	51	85,0
Sprite	53	88,3
Pulsa Telemóvel	59	98,3

Fonte: Resultado da pesquisa

Relativamente à variedade dos produtos vendidos, referidos na Tabela 4.22, aparece em primeiro lugar o pulsa telemóvel (98,3% dos vendedores), seguido pela Coca-cola (91,7%), Sprite (88,3%), biscoute (86,7%), Gratindente (81,3%), Taiger (71,7%), bolacha (70,0%), chocolate (66,7,%) e Mocca (65,0%).

Tabela 4.23 Produtos de maior venda

Produtos	1º Lugar		2º Lugar		3º Lugar	
	Frequência	%	Frequência	%	Frequência	%
Água Potável	13	21,7	27	45,0	13	21,7
Tabaco	39	65,0	13	21,7	8	13,3
Pulsa	6	10,0	10	16,7	16	26,7
Cerveja	1	1,7	2	3,3	2	3,3
Refrigerante	1	1,7	5	8,3	11	18,3
Rebuçado, Biscoute e chocolate			1	1,7	7	11,7
Comida			2	3,3	1	1,7
Café					2	3,3

Fonte: Resultado da pesquisa

O produto mais vendido é o tabaco referido por 65% dos vendedores, seguido da água potável (21,7%) e pulsa (10%). Embora com posições diferentes, os vendedores põem em 2º e 3º lugar os mesmos 3 produtos (Tabela 4.23).

Tabela 4.24. Local de compra dos produtos

Local	Frequência	Percentagem (%)
Patrão fornece	1	1,7
Loja	59	98,3
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

Com base na Tabela 4.24, os vendedores compram os produtos que vendem na loja, e apenas 1 é abastecido pelo patrão.

Tabela 4.25. Compra na loja para vender

Compra na Loja	Frequência	Percentagem (%)
Um só fornecedor	13	21,7
Vários fornecedores	47	78,3
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

Os vendedores que se abastecem na loja podem ter vários fornecedores (78,3%) ou um só fornecedor (21,7%) (Tabela 4.25).

Tabela 4.26. Segurança nos produtos que vende

	Frequência	Percentagem (%)
Não	20	33,3
Sim	40	66,7
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

A maioria dos vendedores sente segurança nos produtos que vende (66,7%) (Tabela 4.26)

Tabela 4.27. Valor das vendas por dia

Vendas por dia	Frequência	Percentagem (%)
<=35 USD	32	53,3
>35USD	28	46,7
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

A maioria dos vendedores tem um valor de vendas diário inferior a 35 USD, enquanto 46,73% tem um valor superior a 35 USD (Tabela 4.27).

Tabela 4.28. Rendimentos Vendedores Ambulantes

Rendimentos	Frequência	Percentagem (%)
<=15 US\$ por dia	39	65
>15 US\$ por dia	21	35
Total	60	100,0

Fonte: Dados Resultado da pesquisa

A análise dos rendimentos diários obtidos pela venda ambulante, mostra que 65% dos vendedores tem um rendimento diário menor que 15 USD e 35% tem um rendimento diário superior a 15 USD (Tabela 4.28).

Tabela 4.29. Local de armazenagem dos produtos

	Frequência	Percentagem (%)
Leva para casa	32	53,3
Armazém do dono	9	15,0
Outro	19	31,7
Total	60	100,0

Fonte: Resultado da pesquisa

A maioria dos inquiridos leva para casa os produtos que irá vender (53,3%), 15% guarda no armazém do dono e 31,7% e guarda noutro lugar (Tabela 4.29).

Tabela 4.30. Receitas são suficientes para a família

Receitas da venda	Frequência	Porcentagem (%)
Não	9	15,0
Sim	51	85,0
Total	60	100,0

Fonte: Dados Resultado da pesquisa

Para 85% dos vendedores as receitas da venda ambulante são suficientes para as despesas da família (Tabela 4.30).

4.3 Discussão dos resultados

Neste ponto tentamos aprofundar a análise dos resultados obtidos, centrando-nos primeiro nos cruzamentos da idade e do gênero com as características da venda, analisando de seguida o impacto das características dos vendedores e das características das vendas no valor das vendas e no rendimento diário.

4.3.1 O efeito do gênero e da idade nas características da venda ambulante

Do cruzamento das principais características da venda ambulante com o gênero do vendedor, observamos através da Tabela 4.31 que apenas o local de venda varia entre vendedores do sexo masculino e do sexo feminino ($p\text{-value} < 0,05$). Assim, 95,5% dos vendedores do sexo feminino têm local de venda permanente enquanto apenas 73,7% dos homens tem local de venda permanente.

As outras características da venda não são significativamente diferentes entre homens e mulheres. Para qualquer dos gêneros a frequência de venda é maioritariamente diária, para 84,2% dos homens e 77,3% das mulheres. Relativamente ao período de venda, 47,4% dos homens e 72,7% das mulheres preferem a manhã. Os homens têm, em média, uma experiência de venda de 5,6 anos, enquanto as mulheres têm 4,6 anos. Em média, os homens trabalham mais horas por dia (10,2 horas) que as mulheres (9,6 horas).

Tabela 4.31 Cruzamento do género dos vendedores com as características da venda

		Sexo vendedores ambulantes		F	p-value
		Masculino	Feminino		
Local de venda	permanente	73,7%	95,5%	4,602	0,036
	ambulante	26,3%	4,5%		
Frequência de venda	diária	84,2%	77,3%	0,436	0,512
	não diária	15,8%	22,7%		
Experiência de venda (média anos)		5,6	4,6	1,091	0,301
Período de venda	Manhã	47,4%	72,7%	2,279	0,137
	Tarde	26,3%	9,1%		
	Noite	26,3%	18,2%		
Horas de trabalho por dia (média)		10,2	9,6	0,892	0,349

Fonte: Elaboração própria

Para analisar o efeito a idade nas diferentes variáveis caracterizadoras das vendas, dividimos os vendedores em 2 classes de idade, menor que 30 anos e maior que 30 anos. Os resultados do cruzamento podem ver-se na Tabela 4.32.

Tabela 4.32 Cruzamento da idade dos vendedores com as características da venda

		Classes de idade		F	p-value
		<= 30 anos	>30anos		
Local de venda	permanente	80,6%	82,8%	0,043	0,836
	ambulante	19,4%	17,2%		
Frequência de venda	diária	77,4%	86,2%	0,757	0,388
	não diária	13,8%	13,8%		
Experiência de venda	<= 5 anos	61,3%	55,2%	0,204	0,653
	>5 e <=12	35,5%	41,4%		
	>12	3,2%	3,4%		
Período de venda	Manhã	61,3%	51,7%	0,261	0,611
	Tarde	16,1%	24,1%		
	Noite	22,6%	24,1%		
Nºde horas de trabalho por dia	<= 6 horas	3,3%	3,4%	3,657	0,061
	>6 e <=10 horas	58,1%	37,9%		
	>10 horas	38,7%	58,6%		

Fonte: Elaboração própria

Do cruzamento das principais características da venda ambulante com a idade dos vendedores, observamos através da Tabela 4.32 que apenas o número de horas de trabalho por dia varia com a idade dos vendedores ($p\text{-value} < 0,10$). Os vendedores mais velhos (mais de 30 anos) trabalham, maioritariamente mais de 10 horas por dia (58,6%) enquanto os mais novos trabalham entre 6 a 10 horas por dia (58,1%), enquanto 38,7% trabalham mais de 10 horas por dia.

As outras características da venda não são significativamente diferentes a idade dos vendedores. O local de venda é maioritariamente permanente tanto para vendedores mais velhos (82,8%) como para mais novos (80,6%). A frequência de venda é preferencialmente diária, para 77,4% dos vendedores mais novos e 86,2% dos mais velhos. Relativamente ao período de venda, 61,3% dos vendedores com menos de 30 anos e 51,7% vendedores com mais de 30 anos preferem a manhã. Relativamente à experiência de venda, 61,3% dos vendedores mais novos têm uma experiência de venda menor que 5 anos, e para 35,5% esta experiência situa-se entre os 5 e os 12 anos. Para os vendedores mais velhos, esta experiência de venda é de menos de 5 anos para 55,2% dos vendedores e entre 5 a 12 anos para 41,4 % dos vendedores

4.3.2 Efeito das características dos vendedores e da venda no valor das vendas e no rendimento diário da venda ambulante

Para analisar os efeitos das características dos vendedores e da venda no valor das vendas ambulantes, estas foram divididas em duas classes: menos de 35 \$ e mais de 35 \$. Estes cruzamentos constam da Tabela 4.33. Neste cruzamento apenas encontramos diferenças significativas para a época de venda ($p\text{-value} < 0,10$).

Relativamente às características dos vendedores, verificamos que 53,1% dos vendedores com um valor de vendas inferior a 35 \$ tem mais de 30 anos e 57,1% dos vendedores com mais de 35 \$ de valor de vendas tem menos de 30 anos. Já relativamente ao género, os homens são maioritários nas duas classes de valor de vendas. Na classe de valor de vendas menor que 35 \$, 34,4% não têm escolaridade, 25% têm o ensino primário e 40,6% têm secundário ou superior. Na classe do valor das vendas maior que 35 \$, 32,1 % não têm escolaridade, 25% têm o ensino primário e 42,9% têm secundário ou superior. Embora sem diferença significativa, de notar que 84,4% dos vendedores na classe menor ou igual que 35 \$ e 96,3% na classe maior que 35 \$, desejam para os filhos uma atividade diferente da venda ambulante.

Tabela 4.33 Cruzamento do valor das vendas com as características dos vendedores e das vendas

		Valor das vendas		F	p-value
		<= 35\$	>35\$		
Características dos vendedores					
Idade	<= 30 anos	46,9%	57,1%	0,617	0,436
	> 30 anos	53,1%	42,9%		
Sexo	Masculino	68,8%	57,1%	0,850	0,360
	Feminino	31,3%	42,9%		
Nível de Escolaridade	Nenhum	34,4%	32,1%	0,039	0,845
	Primário	25,0%	25,0%		
	Outros	40,6%	42,9%		
Exclusividade da atividade	Sim	93,8%	92,9%	0,019	0,892
	Não	6,3%	7,1%		
Atitude em relação aos filhos	Vendedores	15,6%	3,7%	2,289	0,136
	Outra atividade	84,4%	96,3%		
Características das vendas					
Localização da venda	Permanente	81,3%	82,1%	0,008	0,930
	Ambulante	18,8%	17,9%		
Frequência da venda	Dária	78,1%	85,7%	0,561	0,457
	Não diária	21,9%	14,3%		
Experiência de venda	<= 5 anos	59,4%	57,1%	0,033	0,857
	>5 e <=12	37,5%	39,3%		
	> 12	3,1%	3,6%		
Período do dia em que vende melhor	Manhã	65,6%	46,4%	1,820	0,183
	Tarde	15,6%	25,0%		
	Noite	18,8%	28,6%		
Horas de trabalho por dia	>=6 horas	0,0%	7,1%	0,074	0,756
	>6 e <= 10	53,1%	42,9%		
	> 10	46,9%	50,0%		
Época do ano em que mais vende				2,813	0,099

Fonte: Elaboração própria

Relativamente às características das vendas também não se verificaram diferenças significativas entre as classes de valor de vendas consideradas. De realçar que para qualquer das classes, é maioritária a localização da venda permanente, a frequência de venda diária, uma experiência de venda de menos de 5 anos, uma preferência pelo período

da manhã. A única diferença significativa verificou-se em relação à época de venda em que mais vende (p-value < 0,10).

Para analisar os efeitos das características dos vendedores e da venda no rendimento diário das vendas ambulantes, estes foram divididos em duas classes: menos de 15 \$ e mais de 15 \$. Estes cruzamentos constam da Tabela 4.34. Neste cruzamento apenas encontramos diferenças significativas para a época do ano em que mais vende (p-value<0,05).

Relativamente às características dos vendedores, verificamos que 53,8% dos vendedores com um rendimento diário inferior a 15 \$ tem mais de 30 anos e 47,6% dos vendedores com mais de 15 \$ de rendimento diário tem menos de 30 anos. Já relativamente ao género, os homens são maioritários nas duas classes de rendimento diário. Na classe de rendimento diário menor que 15 \$, 30,8% não têm escolaridade, 28,2% têm o ensino primário e 41% têm secundário ou superior. Na classe rendimento diário maior que 15 \$, 38,1 % não têm escolaridade, 19% têm o ensino primário e 42,9% têm secundário ou superior. Embora sem diferença significativa, de notar que 88,8% dos vendedores na classe menor ou igual que 15 \$ e 95,23% na classe maior que 15 \$, desejam para os filhos uma atividade diferente da venda ambulante.

Relativamente às características das vendas também não se verificaram diferenças significativas entre as classes de rendimento diário consideradas. De realçar que para qualquer das classes, é maioritária a localização da venda permanente, a frequência de venda diária, uma experiência de venda de menos de 5 anos, uma preferência pelo período da manhã. A única diferença significativa verificou-se em relação à época em que mais vende (p-value <0,05).

Tabela 4.34 Cruzamento do rendimento diário com as características dos vendedores e das vendas

		Rendimento diário		F	p-value
		<= 15\$	>15\$		
Características dos vendedores					
Idade	<= 30 anos	53,8%	47,6%	0,206	0,652
	> 30 anos	46,2%	52,4%		
Sexo	Masculino	64,1%	61,9%	0,027	0,869
	Feminino	35,9%	38,1%		
Nível de Escolaridade	Nenhum	30,8%	38,1%	0,054	0,818
	Primário	28,2%	19,0%		
	Outros	41,0%	42,9%		
Exclusividade da atividade	Sim	94,9%	90,5%	0,413	0,523
	Não	5,1%	9,5%		
Atitude em relação aos filhos	Vendedores	13,2%	4,8%	1,026	0,315
	Outra atividade	88,8%	95,2%		
Características das vendas					
Localização da venda	Permanente	84,6%	76,2%	0,632	0,430
	Ambulante	15,4%	23,8%		
Frequência da venda	Dária	79,5%	85,7%	0,344	0,520
	Não diária	20,5%	14,3%		
Experiência de venda	<= 5 anos	59,4%	57,1%	0,068	0,795
	>5 e <=12	38,5%	38,1%		
	> 12	2,6%	4,8%		
Período do dia em que vende melhor	Manhã	59,0%	52,4%	0,940	0,336
	Tarde	23,1%	14,3%		
	Noite	17,9%	33,3%		
Horas de trabalho por dia	>=6 horas	2,6%	4,8%	1,504	0,225
	>6 e <= 10	56,4%	33,3%		
	> 10	41,0%	61,9%		
Época do ano em que mais vende				7,217	0,009

Fonte: Elaboração própria

4.3.3 Análise de Clusters

Pode dizer-se que a análise de clusters consiste essencialmente em agrupar indivíduos de modo a que as semelhanças entre elementos do mesmo grupo sejam superiores à semelhança entre indivíduos de grupos diferentes. Consiste na tentativa de homogeneizar os indivíduos pertencentes a um grupo enquanto se maximiza a heterogeneidade entre grupos (Marco 2003).

Aplicamos esta análise àqueles, de entre os respondentes do inquérito realizado, que exerciam a sua atividade como vendedores ambulantes em Díli. A análise de cluster foi baseada nas seguintes variáveis: idade dos vendedores ambulantes, sexo dos vendedores

ambulantes, nível de educação, número de dependentes dos vendedores ambulantes, vende todos os dias e experiência de venda ambulante.

Com base nestas variáveis e utilizando o método de K-Means Cluster, foram definidos 2 tipos de vendedores ambulantes, caracterizados na Tabela 436. De acordo com a Tabela 4.35 pode observar-se que a idade, nível de educação e número de dependentes são significativas sendo relevantes para a distinção entre os clusters.

Tabela 4.35 Caracterização das variáveis que definem os clusters

Variáveis	Média	F	P-value
Idade vendedores ambulantes (anos)	32,05	142,216	0,000
Sexo dos vendedores ambulantes (1=Masculino;2=Feminino)	1,37	1,791	0,186
Nível de educação (1=nenhum; 2=primário; 3=outros níveis)	2,08	6,381	0,014
Número de dependentes dos vendedores ambulantes	5,82	9,669	0,003
Vende todos os dias (0=Não; 1=sim)	0,87	0,682	0,412
Experiência de venda ambulante (anos)	5,27	0,045	0,833

Fonte: Elaboração própria

O primeiro cluster, com 37 indivíduos, é caracterizado por vendedores ambulantes jovens, com formação superior ao ensino primário e com um número de dependentes mais baixo (4,9) que podemos designar como “jovens”. Verificamos também que neste cluster existem mais mulheres, que os vendedores não vendem todos os dias e que os vendedores têm menor experiência de venda ambulante.

O segundo cluster, com 23 indivíduos, é caracterizado por vendedores ambulantes mais velhos, com formação de ensino primário ou nenhuma e com um número de dependentes mais elevado (6,6) que podemos designar como “Maduros”. Verificamos também que neste cluster existem menos mulheres, que os vendedores vendem mais todos os dias e que os vendedores têm mais experiência de venda ambulante.

Tabela 4.36 Caracterização dos clusters

	Cluster 1	Cluster 2
Idade vendedores ambulantes (anos)	26,35	41,22
Sexo dos vendedores ambulantes (1=Masculino; 2=Feminino)	1,43	1,26
Nível de educação (1=nenhum; 2=primário; 3=outros níveis)	2,30	1,74
Número de dependentes dos vendedores ambulantes	4,86	6,57
Vende todos os dias (0=Não; 1=sim)	0,78	0,87
Experiência de venda ambulante (anos)	5,19	5,39
Número de indivíduos	37	23

Fonte: Elaboração própria

Capítulo V – CONCLUSÕES

5.1. Conclusões

Com o presente estudo pretendeu-se definir o perfil dos vendedores ambulantes de rua em Díli, Timor-Leste

O trabalho realizado relativamente a 60 vendedores ambulantes de Díli permitiu tirar as seguintes conclusões:

Os vendedores ambulantes que participaram no estudo tinham, em média, 32 anos de idade, sendo maioritariamente jovens, 36,7% do sexo feminino e 63,3% do sexo masculino, a maioria sem nível de escolaridade, casados e provenientes do suco de Comoro. As famílias eram constituídas em maioria por menos de 5 membros.

Os vendedores ambulantes exercem exclusivamente a atividade ambulante (93,3%), tendo 73,3% declarado que não trocariam a atividade de venda ambulante por qualquer outra atividade. A maioria dos vendedores ambulantes (90%) deseja outra profissão para os filhos. Quase todos os vendedores ambulantes trabalham por conta própria, apenas 1 tem patrão.

Quanto às características da venda, a maioria dos vendedores ambulantes inquiridos têm locais de venda permanentes (81,7%). Dos vendedores ambulantes que vendem todos os dias, 84% têm um local de venda permanente e 16% não tem. Já os que não vendem todos os dias 73% têm local de venda permanente e 27% não tem. Mais de metade (58,3%) dos vendedores inquiridos tem menos de 5 anos de experiência na atividade, 38,3% tem entre 5 e 12 anos na atividade e 3,3% têm mais de 12 anos. Verificou-se que 34 pessoas (56,7%) vendiam melhor o produto de manhã, 12 pessoas (20%) de tarde e de noite apenas 14 pessoas (23,3%) vendiam melhor.

Os meses de Janeiro, Março e Agosto foram referenciados como melhores meses de venda por 24,9% dos inquiridos.

Relativamente à variedade dos produtos vendidos, apareceu em primeiro lugar o pulsa telemóvel (98,3% dos vendedores), seguido pela Coca-cola (91,7%), Sprite (88,3%), biscoite (86,7%), Gratindente (81,3%), Taiger (71,7%), bolacha (70,0%), chocolate (66,7%) e Mocca (65,0%). O produto mais vendido foi o tabaco, referido por 65% dos vendedores, seguido da água potável (21,7%) e pulsa (10%). Embora com posições diferentes, os vendedores puseram em 2º e 3º lugar os mesmos 3 produtos.

A maioria dos inquiridos leva para casa os produtos que irá vender (53,3%) no dia seguinte.

Do cruzamento das principais características da venda ambulante com o género do vendedor, observámos que apenas o local de venda varia entre vendedores do sexo masculino e do sexo feminino

Do cruzamento das principais características da venda ambulante com a idade dos vendedores, observámos que apenas o número de horas de trabalho por dia varia com a idade dos vendedores ($p\text{-value} < 0,10$). Os vendedores mais velhos (mais de 30 anos) trabalham, maioritariamente mais de 10 horas por dia enquanto os mais novos trabalham entre 6 a 10 horas por dia.

Nos cruzamentos do valor das vendas e do rendimento diário com as características dos vendedores e das vendas apenas encontramos diferenças significativas para a época do ano em que mais vende.

5.2 Limitações

Esta tese como todos os estudos que são realizados sobre a realidade não a consegue abarcar na totalidade. Assim sendo, a primeira limitação do trabalho diz respeito à amostra que foi retirada para representar a população, cuja técnica *purposive sampling* ou amostra por conveniência, não permite uma extrapolação imediata dos resultados à população estudada.

O segundo aspeto diz respeito à recolha de dados, que no caso em apreço, os questionários foram preenchidos diretamente pelos inquiridos. Nesta situação, apesar dos esforços feitos para clarificar as questões junto das entidades, poderá haver sempre alguma falta de entendimento das questões por parte dos inquiridos na altura do seu preenchimento.

As limitações atrás referidas levam a que nalgumas situações ou para algumas variáveis os resultados obtidos nesta investigação sejam diferentes dos que são obtidos por outros estudos ou para outros sectores de atividade. Estas diferenças poderão ser mais sentidas para as variáveis que caracterizam cada um dos vendedores do que para as variáveis que tentam perceber a opinião dos vendedores sobre os vários domínios da sua inserção na economia.

5.3 Recomendações

Espera-se que o estudo possa aumentar a consciência social das vendas de rua, identificar os fatores que contribuem para este comércio e compreender os desafios que enfrentam os vendedores de rua em Díli. No devido tempo, espera-se que este estudo leve a estudos posteriores sobre os vendedores ambulantes de Díli para aumentar o conhecimento sobre esta atividade. Também pode ter alguma contribuição para a formulação de medidas adequadas para prevenir, reduzir e controlar o problema dos vendedores ambulantes.

Estas medidas, a formular pelas autoridades competentes, poderão vir a melhorar a vida dos vendedores de rua. Além disso, as políticas facilitará a implementação de novos estudos sobre o assunto, pois há poucos dados relevantes e completos sobre o problema da venda ambulante.

Um estudo mais detalhado a nível do valor das vendas e do rendimento torna-se necessário no sentido de determinar se a atividade da venda ambulante é rentável ou não.

Bibliografia

- Afonso, Óscar, Gonçalves, Nuno, Ferreira, Hélder (2015). “Economia informal e exclusão social”, Working Paper N°38, OBEGEF – Observatório de Economia e Gestão de Fraude, Edições Húmus, Universidade do Porto.
- Arizpe, Lourdes (1977). "Women in the Informal Labor Sector: The Case of Mexico City," *Signs: Journal of Women in Culture and Society* 3, no. 1 (Autumn): 25-37. DOI: 10.1086/493437
- Asea, Patrick. K (1996). *The Informal Sector. Baby or bath Water?* Carnegie Rochester: Elsevier.
- Alma, Buchari. (2011). *Managemen Pemasaran dan pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Babb, Florence E. (1989). *Between field and cooking pot: The political economy of marketwomen in Peru*. University of Texas Press, Austin.
- Bento, Mauricio Sita (2014). *Caracterização e desempenho dos vendedores de produtos alimentares no mercado 30 em Viana, Luanda*”, Tese de Mestrado em Decisão Económica Empresarial, ISEG, Universidade de Lisboa.
- BD – Business Dictionary (2016):
<http://www.businessdictionary.com/definition/informal-sector.html> (Consulta em Outbro de 2016)
- Belev, Boyan (2003), “The Informal Economy in the EU Accession Countries: Size, Scope, Trends and Challenges to the Process of EU Enlargement”, *Center for the Study of Democracy*, Sofia.
- Bhowmik, Sharit K. (2002). “Hawkers and the Urban Informal Sector: A study of street vending in seven cities.” Report for National Alliance of Street Vendors of India.
- Bhowmik, Sharit K. (2005). “Street vendors in Asia: A review”. *Economic and Political Weekly* May 28-June 4, pp. 2256-2264.
- Brenner, Suzanne April (1998). *The domestication of desire: Women, wealth, and modernity in Java*. Princeton University Press, Princeton.
- Bromley, Ray (2000). “Street vending and public policy: A gliobal review” *International Journal of Sociology and Social Policy*: 53 20(1/2):1-28..
- Cagan, P. (1958) "The demand for currency relative to the total money supply", *Journal of Political Economy*, 66, pp.303-328.
- Chen, Martha Alter (2012). “The Informal Economy: Definitions, Theories and Policies” Working Paper N°1, Women in Informal Employment: Globalizing and Organizing (WIEGO).

- Chen, M. e Skinner, C. (2014). "The urban informal economy: Enhanced knowledge, appropriate policies and effective organization". In: S. Parnell & S. Oldfield (eds.), *Routledge Handbook of Cities of the Global South*, pp. 219-235. New York: Routledge.
- Copisarow R e Barbour A, (2004). "Self employed people in the informal economy: Cheats or Contributors?", London: Community Links.
- Cross, John e Johnson, Bruce D. (2000). "Street vendors, modernity and post modernity: conflict and compromise in the global economy", *International Journal of Sociology and Social Policy*, 20:29-51.
- Dalla, Fernando (2011). "Trabalho informal: estudo de caso na cidade de Maringá/PR", Simpósio de estudos urbanos.
- Deguchi, Atsushi, Kensaku Takaki, Kaori Miura, and Hiroaki Kitamura (2005). "The lively space and function of 'Yatai' in Fukuoka City." *Journal of Asian Urban Studies* Vol. 6, No. 2, pp. 1-10.
- Del Boca, D. e Forte, F. (1982). "Recent empirical surveys and theoretical interpretations of the parallel economy in Italy", in Tanzi (eds) *The underground economy*, Toronto, Lexington Books.
- DNE-RDTL (2010). *Census da população, DNE, Díli*.
- Do Soto, H (1994). *L'Autre sentier, la revolution informelle*. Paris: La decouverte.
- Duarte, Carlos e Esperança, José Paulo (2014). *Empreendedorismo e Planeamento Financeiro*, Edições Sílabo, 2ª Edição.
- Feige, E. L. (1979) "How big is the irregular economy?," *Challenge*, 22, pp. 5-13.
- Feige, E. L. (ed.) (1989). *The Underground Economies. Tax Evasion and Information Distortion*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Feige, E. L. (1990). "De ning and estimating underground and informal economies", *World Development*, 18(7): 989–1002.
- Firdausa dan Arianti (2013). "Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintaro Demak", *Diponegoro Journal of Economics*.
- Firdausa. Rosetyadi Artistyan. Jurnal. (2012). Pengaruh modal Awal, Lama Usaha, dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Kios di Pasar Bintoro Demak. (www.docs.google.com, diakses 15 september 2013).
- GDRC- The Global Development Research Center (2016). "Distinguishing Characteristics of the Informal Sector": https://www.gdrc.org/informal/1-is_characteristics.html (Consulta em Outubro de 2016).

- Georgiou, George M.(2007). “Measuring the Size of the Informal Economy: A Critical Review”, Central Bank of Cyprus.
- Gonçalves, Nuno (2014). “As dimensões do fenómeno do trabalho não declarado”, Campanha Nacional Contra o Trabalho Não Declarado
- Gutmann, Peter M. (1977). “The Subterranean Economy”, *Financial Analysts Journal*, Vol. 33, No. 6 (Nov. - Dec): 24-27.
- Hart, Keith (1973). “Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana”, *The Journal of Modern African Studies*, Vol. 11, No. 1 (Mar), pp. 61-89: <http://www.sv.uio.no/sai/english/research/projects/anthropos-and-the-material/Intranet/economic-practices/reading-group/texts/hart-informal-income-opportunities-and-urban-employment-in-ghana.pdf> (Consulta em Outubro de 2016).
- Hayat, Abdulahi, (2000). “Contribution to women entrepreneurship in the informal sector: In the case of Addis Ababa markets”, Addis Ababa.
- Hays-Mitchell, Maureen (1994). “Street Vending in Peruvian Cities: The Spatiotemporal Behavior of Ambulantes”, *Professional Geographer* 46(4): 425-438.
- Henderson, Joan C., Yun, Ong Si, Poon, Priscilla e Biwei, Xu (2012). “Hawker centres as tourist attractions: The case of Singapore”, *International Journal of Hospitality Management*, Volume 31, Issue 3, September, Pages 849–855
- Husmanns, Ralf (1998). “Developments in the design and implementation of informal sector and similar surveys - A review of national practices and experiences”. Doc. ICLS/16/RD2. International Labour Office. Geneva.
- Husmanns, Ralf e Mehran, Farhad (2000). “Statistical definition of the informal sector - International standards and national practices”, International Labour Office, Bureau of Statistics Geneva, Switzerland.
- ILO, (2002). “Decent Work and the Informal Economy”, Geneva. International Labour Organisation.
- Iyenda, Guillaume (2005). Street entrepraises urban livelihoods and provertyin Kinshasa. Environment and urbanization vol.17, no. 2, october, PP.55-67.\
- Jütting, Johannes, Parlevliet, Jante e Xenogiani, Theodora (2008). “Costs and risks associated with Informal Employment”, Working Paper No. 266, OCDE Development Centre.
- Kaldor, N. (1956) “*Indian tax reform: report of a survey*”, Ministry of Finance, Government of India.
- Kasmir, 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta. Penerbit Raja Grafindo Persada.

- Kusakabe, Kyoko (2006). *Policy Issues on Street Vending: an overview of Studies in Thailand, Cambodia and Mongolia*. Bangkok, International Labor Office.
- Kotler, Philip dan Eduardo L Roberto. (1989). *Social Marketing Strategic for Changing Public Behaviour*. New York: The Free Press.
- Llanes M e Barbour A (2007). “Self-employed and Micro-entrepreneurs: Informal Trading and Journey towards Formalisation”, London: Community Links.
- Lopes, Rodrigo (1996). “Economia informal no rio de Janeiro problemas e soluções”, São Paulo: Mavad consultoria e planeamento.
- Lopes, Carlos M. (2007). “Comércio informal transfronteiriço e transaccional no mercado do S. Pedro (Huambo) e nos mercados dos kwanzas e Roque santeiro (Luanda)”: <https://www.scielo.oces.mctes.pt> (Consulta em Outubro de 2016).
- Lopes, Carlos M. (2008). “Mercado roque santeiro: en el corazon de la economia informal de Luanda”:
http://www.novafrica.net/documentos/archivo_NA22/01NA22.Lopes7-30.pdf
(Consulta em Outubro de 2016).
- Maldonado, C. (1995). “The informal sector: Legalization or laissez faire?”, *International Labour Review* (Geneva), Vol. 134, No. 6: 723.
- Maloney, William F. (2004). “Informality Revisited”, *World Development* Vol. 32, No. 7, pp. 1159–1178.
- Maharika, I. F. (2001). “On the ephemeral: tactility and urban politics”. Paper presented at the Indonesian Student Scientific Meeting, Manchester, 25–26 August.
- MC.Gee, T.G. e Y.M. Yeung (1977). “Hawkers in Southeast Asian Cities: Planning for the Bazaar Economy”, International Development Research Center, Ottawa.
- Mintz, Sidney W. (1971). “Men, women and trade.” *Comparative Studies in Society and History* Vol. 13, No. 3, pp. 247-269.
- Mitra, Arup (2005) . Women in the urban informal sector: Perpetuation of meagre earnings. *Development and Change*, vol.36. No. 2, pp. 291-316.
- Mwaniki, John (2003). “The Impact of Informal Cross Border Trade on Regional Integration in SADC and Implications for Wealth Creation,”
<http://www.streetnet.org.za/english/corn.pdf> (Consulta em Outubro de 2016)
- Mitullah, Winnie (2003). “Street vendors and informal trading: struggle for the right to trade”.
- Mitullah, Winnie (2003). “Street vending in African cities: a synthesis of empirical findings from Kenya, Cote D’ivoire, Ghana, Zimbabwe, Uganda and south Africa”, University of Nairobi.

- Neale, E. e Wickramage A, (2006). “Counting shadows: harnessing informal economic activity in deprived áreas”, 39th Social Policy Association Conference, University of Birmingham, 20th July.
- Nunes, Paulo (2006). “Conceito de mercado”: <http://www.notapositiva.com/>_(Consulta em Outubro de 2016).
- Nunes, Paulo (2016). “Conceito de Rendimento”. Enciclopédia online Know: <http://know.net/cienceconempr/economia/rendimento/> (Consulta em Outubro de 2016).
- OIT (2002). “Relatório sobre o trabalho decente e a economia informal”. Conferencia Geral da OIT 90ª sessão.
- OIT (1993). Relatório sobre o dia internacional do trabalhador.
- Omar E. (2006). “ Informal economy: is it a problem, a solution or both? The perspective of the informal business” Paper 1 by Northwestern University School of Law
- ONU (2013). Conferencia das nações unidas sobre comércio e desenvolvimento, New York e Genebra.
- Piana, Maria Cristina (2009). *A construção do perfil social no cenário educacional*. São Paulo: UNESP.
- Rachbini dan Hamid. (2006). *Ekonomi Informal Perkotaan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- RDTL (2011). Timor-Leste, Plano Estratégico de Desenvolvimento 2011-2030.
- Salway, Sarah, Sonia Jesmin and Shahana Rahman (2005). Women`s employment in urban Bangladesh: A challenge to gender identity? *Development and Change*, Vol. 36, No. 2, pp. 317-349.
- Samuelson, Paul A. & William D. Nordhaus (2002). *Makro Ekonomi*. Edisi 12 jilid 2. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Schneider, Friedrich e Williams, Colin (2013). “The Shadow Economy”, IEA-The Institute of Economic Affairs, Londres.
- Seligmann, Linda J., ed. (2001). *Women traders in cross-cultural perspective: Mediating identities, marketing wares*. Stanford University Press, Stanford.
- Sethuraman, S.V. (1997). *Urban poverty and the informal sector, a critical assessment of current strategies*.
<http://www.ilo.org/public/english/employment/recon/eiip/publ/1998/urbpover.htm>
(Consulta em Outubro de 2016).
- Sheng Tai, Chu (2006). “Market Integration and Currency Risk in Asian Emerging Market”, *Journal Department of Accounting and Finance*, Jesse H. Jones School Of Business, Texas Southern University.

- Sibhat, Ethiopia Etsubdink (2014). "Cause and Effect of Informal Sector: the case of Street vendors in Addis Ababa, Ethiopia", Msc Tese, Universidade de Nordland: Http: // www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2007/06/19/000090341_2_0070619143652 / Rendered / PDF / 400080Informal101OFFICIAL0USE0ONLY1.pdf (Cnsulta em Outubro de 2016)
- SisaySeifu, (2005). "Informal Trade and its contribution to (self) employment of women street vendors in Addis Ababa,AAU".
- Smith, P. (1994). "Assessing the size of the underground economy: the Canadian statistical perspectives", *Canadian Economic Observer*, Cat. No. 11- 010, 3.16-33 to 3.18.
- Sukirno, Sadono (2000). *Pengantar Teori Makro Ekonomi*. Jakarta: PT. Rai Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono (2006). *Makro Ekonomi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Suparmoko (1990). *Pengantar Ekonomi Mikro*, Edisi Pertama BPFE Yogyakarta.
- Suriansyah, Yasmin (2005). The existencia of Street vendors as a reflection of urban life: Case study of the Gasibu Area in Bandung, West Java, Indonesia. *Journal of Asian Urban Studies* Vol. 6, No. 2, pp. 43-50.
- Tanzi, V. (1980) "The underground economy in the United States: estimates and implications", *Banco Nazionale del Lavoro Quarterly Review*, 135, pp. 427-453.
- Tinker, Irene (1997). *Street foods*, Oxford, New York.
- Tinker I., 1997, *Street Foods: Urban Food and Employment in Developing Countries*, New York: Oxford University Press.
- Todaro, Michael P. (1981). *Economic development in the Third World*, Longman Publishing Group.
- Todaro, Michael P. e Smith, Stephen C. (2003). *Economic Development*, 8th Edition, Addison Wesley, Boston.
- Tohar A. (2003). "Profil Dan Strategi Pengembangan Sektor Informal Di Kota Medan". Thesis. Program Pascasarjana, Universitas Sumatra Utara.
- Travers A, (2000). "Prospects For Enterprise", London: Community Links evidence, paper series, number 2.
- WBO – World Bank Organization (2016). "Concept of Informal Sector": [Http://web.worldbank.org](http://web.worldbank.org) <http://lnweb90.worldbank.org/eca/eca.nsf/1f3aa35cab9dea4f85256a77004e4ef4/2e4ede543787a0c085256a940073f4e4> (Consulta em Outubro de 2016).

- Webster, Leila e Fidler, Peter [editors] (1996). *The informal sector and microfinance institutions in West Africa*, World Bank regional and sectoral studies. Washington, D.C.: The World Bank.
- Williams, Colin C., Round, John e Rodgers, Peter (2009). “Evaluating the Motives of Informal Entrepreneurs: Some Lessons from Ukraine”, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 14, No. 1, pp. 59-71: <https://ssrn.com/abstract=2290547> (Consulta em Outubro de 2016).
- Yasmin, Gisele (1996). Bangkok`s foodscape: Public eating, gender relations and urban change. Doctoral thesis, Faculty of Graduate Studies, University of British Columbia.
- Youns Jafri, (1977). “Measuring informal sector employment in Pakistan”, V.2: 183-195.

Anexo

Questionário

UNIVERSIDADE DE ÉVORA ESCOLA CIÊNCIAS SOCIAIS

Questionário aos vendedores ambulantes

Tópico

Análise os fatores que afetam os rendimentos dos vendedores ambulantes na borda estrada em capital de Díli, Timor-Leste.

O objetivo do questionário é para facilitar a pesquisa na recolha dos dados, que são necessários no presente estudo. O alvo principal do questionário são vendedores ambulantes, com a finalidade de saber quais os fatores que afetam rendimentos dos vendedores ambulantes na borda estrada em capital de Díli, Timor-Leste.

A. Informação pessoal

A1. Qual é a sua idade.....anos?

A2. Qual é a sua Sexo: (a) Masculino (b) Feminino

A3. Nível de escolaridade:

- (a) Nenhum
- (b) Primário
- (c) Pré-Secundário
- (d) Secundário
- (e) Superior

A4. Estado civil: (a) Solteiro (b) Casado (c) Viúvo (d) Divorciado

A5. Nascimento: Distrito.....

A6. Local de habitação: Suco.....

A7. Como é que se desloca do local de habitação para o suco:

A8. Quantos dependentes que você tem em sua casa.....

A8. Qual a profissão antes de ser vendedor? (a) nenhuma (b).....

A9. Tem outra actividade ou só faz a venda ambulante?

- (a) Só venda ambulante
- (b) Outra actividade..... Qual.....

A10. Se tivesse a oportunidade, trocaria sua atividade de vendedor por uma outra?

- a) Não_____ b) Sim_____Porquê.....

A11. Em relação aos seus filhos, o que gostaria que eles fossem ao entrar no mercado de trabalho? a) Vendedores_____ b) Outra profissão___ Qual _____

A12. Deseja o mesmo tipo de trabalho para seus filhos?

a) Não _____ b) Sim _____ c) Porquê?

A13. Tem patrão ou trabalha por conta própria (individual)? (a) Patrão (b) Individual

B. Caracterização da venda

B1. Localização da venda: (a) Local permanente (b) Ambulante (gira pela cidade)

B2. Vende todos os dias? (a) sim (b) não

B2.1. Há quantos anos vende?..... anos

B3. Em que período do dia vende melhor o produto?

A) Manhã _____ b) Tarde _____

B3.1 Quantas horas trabalha por dia? horas

B4. Qual é a época/meses do ano em que mais vende? J F M A M J J A S O N D

B5. O preço dos produtos é sempre o mesmo ao longo do ano? A) Sim _____ b)

Não _____

B51. Se baixa? Quando? _____

B52. Se sobe? Quando? _____

B6. Quais são os produtos que vende:

B6A. Cigarros (a) sim (b) não

B6B. Água potável (a) sim (b) não

B6C. Bolacha (a) sim (b) não

B6D. Biscoute (a) sim (b) não

B6E. Chocolate (a) sim (b) não

B6F. Mocca (a) sim (b) não

B6G. Taiger/Beer (a) sim (b) não

B6H. Coca-cola (a) sim (b) não

B6I. Cratident (a) sim (b) não

B6J. Sprite (a) sim (b) não

B7. Quais os produtos que mais vende?

B7A. 1º Produto que mais vende.....

B7B. 2º Produto que mais vende.....

B7C. 3º Produto que mais vende.....

B8. Onde compra os produtos? (a) patrão fornece (b) loja

B9. Se compra na loja tem? (a) um só fornecedor (b) vários fornecedores

B10. Os produtos que vende são? (a) nacionais (b) importados

B11. Sente segurança dos bens que possui? (a) sim (b) não

B12. Paga impostos? (a) sim (b) não

B13. Se sim quanto paga de imposto?USD

B14. Qual o valor das vendas por dia?.....USD

B15. Qual o rendimento (vendas-custos) que tem por dia?.....USD

B16. Onde guarda os produtos no final do dia?

a) leva para casa____ b) Armazém do dono ____ c) Outro? Qual?_____

B17. Tem que pagar algum valor para guardar os produtos?

a) Não____ b) Sim____ Quanto?_____

B18. A sua receita de vendas é suficiente para atender as necessidades da família?

(a) sim (b) não

B19. Quais as suas sugestões para os decisores políticos, em medidas de política a tomar para proteger os vendedores de rua?.....

.....
.....

Obrigado