

Perfil, desafios e oportunidades dos comerciantes do bairro de comércio popular Vila Portes da cidade de Foz do Iguaçu – PR

Bruna Fonseca ^[1], Karen Sawa ^[2], Renato Appel ^[3], Giulano Derrosso ^[4]

[1] bruhfonseca@hotmail.com. [2] karensawa@hotmail.com. [3] renato_sti@hotmail.com. [4] gderrosso@yahoo.com.br.
Centro Universitário Dinâmica das Cataratas (UDC).

RESUMO

No estudo apresentado, buscaram-se a reflexão e realização de pesquisa prática para compreensão dos desafios e oportunidades que o comerciante que está inserido em uma região de fronteira enfrenta, buscando instigar as práticas e vivências de tal realidade. O trabalho acadêmico teve como objetivo geral: desvelar o perfil, os desafios e oportunidades dos comerciantes do bairro Vila Portes, na cidade de Foz do Iguaçu, compreendendo a formação do bairro, por meio da realização de pesquisas com os comerciantes e, por fim, a análise do perfil, seus desafios e oportunidades. Os métodos de pesquisa e coleta partem do princípio da busca de informações acerca dos comerciantes da Vila Portes, com base em pesquisa qualitativa – com maior aprofundamento na compreensão dos desafios e oportunidades – e também quantitativa, mais específica e abrangente para a busca do perfil geral do comerciante da área fronteira. O resultado encontrado pelos acadêmicos é de grande valia ao futuro administrador e comerciante da região, pois, além de melhorar a compreensão da área de comércio local, permite que se obtenha o perfil dos comerciantes ali inseridos e as oportunidades para os novos entrantes. Tem, ainda, como principal característica buscar compreender os desafios que cercam o comerciante local e quais seriam possíveis soluções para melhoria contínua dessa região de comércio popular.

Palavras-chave: Comercio Popular, Fronteira, Vila Portes.

ABSTRACT

In the present study we aimed to reflect and carry out practical research so as to understand the challenges and opportunities that the trader who is inserted in a frontier region faces, seeking to encourage such practices and experiences of that reality. The objective of this work was to identify the profile, challenges and opportunities of the traders of the neighborhood of Vila Portes, in the city of Foz do Iguaçu, getting to know about the formation of the neighborhood, through researches with traders and their profile analysis, challenges and opportunities. The research and collection methods depart from the principle of searching for information about the Vila Portes traders, through qualitative research, getting to know better the challenges and opportunities they had, and the quantitative, more specific and comprehensive search for the general profile of the trader in the border area. Results found are very important for future administrators and traders in the region, because besides improving the understanding of the local trade area, they also provide a profile of the local traders as well as opportunities for new traders. Research also sought to understand the challenges faced by local traders, and tried to find possible solutions to enhance the continuous improvement of this region of popular commerce.

Keyword: Popular Commerce, Frontier, Vila Portes.

1 Introdução

No estudo aqui apresentado, buscou-se a reflexão e realização de pesquisa prática para compreensão dos desafios e oportunidades que o comerciante que está inserido em uma região de fronteira enfrenta, tendo instigado as práticas e vivências de tal realidade.

Brasil, Paraguai e Argentina, as regiões explanadas nesta pesquisa, têm uma faixa aproximada de 2.000 km de divisa, os quais estão divididos em fronteira seca (por terra) e fronteira marítima ou fluvial (por pontes e hidrovias), do mesmo modo. O comércio fronteiriço se diferencia dos outros modos de comércio, pois facilita grandemente o deslocamento de mercadorias e pessoas entre os países limítrofes. No caso da cidade de Foz do Iguaçu, por exemplo, há uma grande facilidade em se chegar até Ciudad Del Este, no Paraguai, e Puerto Iguazu, na Argentina, cidades que fazem fronteira direta com aquele município, permitindo constante fluxo tanto de pessoas, trabalhadores, quanto de mercadorias. O tráfego é intenso todos os dias do ano, facilitando o trâmite de quatro moedas distintas – Dólar, Guarani, Peso e Real –, em tempo integral. Pelo fato de haver valores diferentes dessas moedas – o que pode aumentar o poder de compra – e os produtos lá ofertados apresentarem diferenciação de preço, geralmente inferior, em relação ao praticado em outras regiões do Brasil, esses países se tornam um grande atrativo, tanto para as relações comerciais quanto para o turismo de compras.

Observando a realidade do comércio em região de fronteira, encontram-se muitos obstáculos, entre eles, a perda e valorização do produto comercializado por conta das altas taxas de pirataria que desrespeitam as leis de nosso país. Nas regiões de fronteira, os obstáculos se apresentam tanto em relação à (má?) qualidade de produtos quanto na parte financeira, pois, lado a lado com esse contexto fronteiriço, se encontram o mercado negro, contrabando, tráfego ilegal de mercadorias e pessoas, fatores que impactam de forma negativa qualquer negócio. Por outro lado, quando os preços de barganha e grandes conceitos da administração são bem aplicados, tal comércio pode ser bem aproveitado pelo comerciante, que, usando dos componentes legais de cada país e cada fronteira, gera e obtém lucro nas operações de importação do país vizinho, adquirindo produtos de alta qualidade e percepção por parte do cliente, driblando as barreiras tarifárias e cambiais em prol de um comércio ativo e

totalmente plurilateral e multicultural em um cenário de fronteira com Foz do Iguaçu.

Dessa forma, buscou-se responder à seguinte questão: Qual o perfil e quais os desafios e oportunidades do comércio popular do bairro Vila Portes, na cidade de Foz do Iguaçu – PR?

O objetivo geral buscou desvelar o perfil, desafios e oportunidades dos comerciantes do bairro Vila Portes na cidade de Foz do Iguaçu. Por meio dos questionários, foi possível identificar o perfil do comerciante, e as entrevistas possibilitaram traçar quais são os principais desafios e oportunidades enfrentados de modo geral pelos empresários nesse bairro.

O presente trabalho apresentou três objetivos específicos, sendo o primeiro deles compreender a formação do bairro Vila Portes, na sua dimensão econômica, política, social e cultural, objetivo alcançado depois de muitas pesquisas com diversas fontes, a fim de captar informações de todas as áreas citadas, e tornando possível a delimitação da região. Possibilitou também o conhecimento sobre suas questões econômicas. Em relação aos seus aspectos sociais e culturais, a região é conhecida como de comércio popular, é um local com diversos tipos de comércio. O segundo objetivo específico foi realizar pesquisa com os comerciantes do bairro Vila Portes, na cidade de Foz do Iguaçu – PR, a fim de saber ??????. Para alcançá-lo, foi necessário determinar quais meios seriam utilizados. Ao fim dos estudos, foi delimitada a região mais propícia e determinou-se o uso de pesquisa qualitativa, realizando entrevistas semiestruturadas e pesquisa quantitativa com questionários estruturados, aplicando-os com os comerciantes do local. Como terceiro e último objetivo específico, pretendeu-se analisar o perfil, os desafios e oportunidades dos comerciantes do bairro Vila Portes, relacionando-os com o desenvolvimento sócio-histórico do bairro. Por meio de toda a análise realizada e com base nos dados levantados, pode-se definir o perfil, os desafios e as vantagens dos comerciantes ali inseridos e destacar que a região tem o objetivo de ser essencialmente de comércio popular, porém com a devida valorização do trabalho realizado por proprietários e colaboradores. Todos buscam a devida valorização há muito tempo, mas até o presente momento somente projetos foram apresentados.

Foz do Iguaçu, em 2014, completou seu primeiro centenário, é uma cidade conhecida pelo seu forte aparato turístico. Muitos se dirigem até ela para visitar locais como as Cataratas do Iguaçu, uma das

sete maravilhas da natureza; a Itaipu Binacional, uma das sete maravilhas do mundo moderno; o Parque das Aves, entre outras atrações. Conta com uma população estimada de 263.782¹ habitantes, apresentando uma composição étnica variada. A renda média da população é de R\$ 808,85², segundo o IBGE.

Está localizada no extremo oeste do Paraná, sendo a principal economia da região, na tríplice fronteira do Brasil com Paraguai e Argentina. Possui uma área total de 617,71 km², sendo esta distribuída em uma área urbana de 191,46 km², área rural de 138,17 km², o Parque Nacional do Iguaçu com 138,60 km², o Lago artificial de Itaipu com 149,10 km² e ainda a Ilha Acaray, com 0,38 km². O município possui aproximadamente 290 bairros, divididos em doze grandes regiões. (PARANÁ, 2016)

Outra principal característica do bairro de comércio popular Vila Portes, além das lojas de atacado e varejo, é que o bairro tem grande destaque na área têxtil, com produção de moda masculina, feminina e infantil, além das lojas de cama, mesa e banho. Vila Portes é o principal destino quando se pensa em turismo de compras de baixo custo e com qualidade moderada. O bairro possui, ainda, as famosas lojas de hortifrutigranjeiros, em cujas negociações o público paraguaio ganha destaque.

Outro ramo subsequentemente encontrado nas imediações do bairro é de lojas de artigos de cozinha, decoração, festas temáticas e infantis, além das lojas de embalagens, outro grande ponto fortemente explorado pelos comerciantes da região, que viajam das cidades vizinhas em busca dos preços favoráveis, economizando, em média, segundo os proprietários das empresas, 50% dos preços negociados no comércio local da cidade.

2 Os Conceitos de Território, Fronteiras e a dinâmica econômica fronteira

Podemos compreender os conceitos de território e de territorialidade a partir do que alguns autores clássicos trazem. O primeiro deles será o conceito de Jean Gottmann (1980), para ele a compreensão

1 Estimativa da população residente nos municípios brasileiros com data de referência em 1º de julho de 2015. Fonte: Censo/IBGE.

2 Considerou-se como rendimento nominal mensal da pessoa de 10 anos ou mais de idade, a soma do rendimento nominal mensal de trabalho com o proveniente de outras fontes. Fonte: Censo/IBGE (2010).

de território se dá a partir do resultado das ações de cada sociedade demarcando e controlando o espaço, seja ela demarcação jurídica, cultural e econômica. Isso traz para a discussão a soberania do Estado (em função da segurança) e para a interdependência no nível internacional. Já o conceito de territorialidade corresponde à circulação (favorece a fluidez) e à iconografia (símbolos religiosos e políticos). Também engloba a vinculação à ação do Estado, ao mercado, aos regionalismos e à ação de uma autoridade. Percebe-se na ênfase dessas definições o caráter do Estado nas relações territoriais e a divisão política do espaço.

Já outro autor que discute os conceitos de territorialidade e territórios é Claude Raffestin (1984), que define o território como fronteiras e frentes de ocupação e povoamento, desde os aspectos econômicos e geopolíticos. O território é resultado das relações de poder multidimensionais, um produto histórico, relacional e material. Para o conceito de territorialidade, Raffestin aborda o significado de relações de poder: alteridade e exterioridade, relações biosociais e múltiplas. Corresponde ao espaço vivido espaço-temporalmente. Nessa abordagem, vemos o enfoque relacional e reticular, destacando o papel das redes, nós e relações de poder que se estabelecem para formar uma territorialidade.

Francesco Indovina e Donatella Calabi (1974) conceituam o território como resultado das relações capitalistas de produção, além do papel e da atuação do Estado Nacional. Resultado do uso e da apropriação do espaço para produção, circulação, valorização do capital e reprodução dos trabalhadores. E o conceito de territorialidade segue o mesmo enfoque, destacando a relação capital-trabalho, vinculada à reprodução e valorização do capital. Percebe-se nessas definições a influência de autores como Marx e Castells, em uma abordagem materialista, relacional e com caráter político de denúncia bem definido.

Para finalizar essa conceituação de território e territorialidade, trazemos a concepção de Saquet (2015, p. 107), que aponta a territorialidade em quatro níveis correlatos: a) como relações sociais, identidades, diferenças, redes, malhas, nós, desigualdades e conflitividades; b) como apropriações do espaço geográfico, concreta ou simbolicamente, implicando dominações e delimitações precisas ou não; c) como comportamentos, objetivos, metas, desejos e necessidades e, por fim; d) como práticas espaço-temporais, pluridimensionais, efetivadas

nas relações sociedade-natureza, ou seja, relações sociais dos homens entre si (de poder) e com a natureza exterior por meio dos mediadores materiais (técnicas, tecnologias, instrumentos, máquinas...) e imateriais (conhecimentos, saberes, ideologias...). A territorialidade é processual e relacional ao mesmo tempo.

Passaremos, agora, a discutir os conceitos de fronteiras, sendo possível encontrar uma diversidade de autores que procuram estudar e definir o que é a fronteira. Newman (1998) aborda que o conceito de fronteiras, vem mudando ao longo do tempo. Quando falamos em fronteirização, tratamos como dispositivo de regulação dos processos de inclusão-exclusão, basicamente se referindo à fronteira estatal. Hoje, no entanto, se discute fronteira do ponto de vista multidimensional, compreendendo as relações de poder e manifestação territorial.

O autor Costa (1988), ao refletir sobre questões de fronteira, aborda que elas devem ser vistas mais como zonas do que como linhas. Ao olharmos a fronteira enquanto zona, além das questões inerentes ao Estado, devemos considerar também as questões econômicas de circulação de mercadorias e políticas. As fronteiras, para Costa (1988), constituem zonas vivas ou naturais, identificadas por elementos físicos, ou artificiais, apresentadas pela visão geopolítica do estado.

Cury (2010, p. 61) aponta que toda fronteira é uma demarcação política representativa da dominação do Estado, mesmo como um traço físico de território. É um campo de forças, de disputa; seu estabelecimento sempre envolverá negociações ou conflitos entre os Estados envolvidos.

Para Bourdieu (1996, p. 114), “a região e as fronteiras (fines) não passam do vestígio apagado do ato de autoridade que consiste em circunscrever a região, o território, em impor definição (outro sentido de fines), legítima, conhecida e reconhecida, das fronteiras e do território, em suma, o princípio de divisão legítima do mundo social”.

Segundo Arraiga-Rodrigues (2014), analisando o autor Gottman, o limite territorial é juridicamente uma linha-limite e a fronteira é uma zona de interação humana. Ambos são, entretanto, espaços geográficos periféricos, cuja origem é resultado da partição da geografia do planeta, e a sua primeira função é diferenciar os compartimentos que tenham sido divididos no mundo, no caso, os territórios.

Bourdieu (1996, p. 130) também traz sua visão de fronteira:

Ninguém poderia hoje sustentar que existem critérios capazes de fundamentar classificações naturais em regiões naturais, separadas por fronteiras naturais. A fronteira nunca é mais do que o produto de uma divisão a que se atribuirá maior ou menor fundamento na realidade segundo os elementos que ela reúne. Cada um está de acordo em notar que as regiões delimitadas em função dos diferentes critérios concebíveis (língua, habitat, tamanho de terra, etc) nunca coincidem perfeitamente. Mas não é tudo: a realidade, neste caso, é social de parte a parte, e as classificações mais naturais apoiam-se em características que nada têm de natural e que são, em grande parte, produto de uma imposição arbitrária, quer dizer, de um estado anterior da relação de forças no campo das lutas pela delimitação legítima. A fronteira, esse produto de um ato jurídico de delimitação, produz a diferença cultural do mesmo modo que é produto desta.

A literatura brasileira sobre fronteiras, conforme aborda Dorfman (2015), relaciona basicamente três elementos: o primeiro, um caráter didático-descritivo, que busca teorizar sobre os traçados, litígios e a consolidação territorial pelo qual passa a fixação das fronteiras no país. Em segundo lugar, o caráter teórico, que busca apresentar exercícios de classificação, diferenciando fronteiras de limites, fronteiras esboçadas, vivas ou mortas e de acumulação. O terceiro tipo de textos sobre fronteiras está relacionado com o caráter estatutário, ou seja, busca-se estudar os acordos, regulamentos, regimentos referentes (?) ao processo de territorialização e ocupação das fronteiras no Brasil.

2.1 Dinâmicas econômicas na fronteira: a questão do comércio e moeda

Cavalcanti (1981) deixa claras as duas características de comércio, ditando *Comércio Interno* como tendo uma visão não apenas econômica, mas também social, tendo o dever de levar, a todos os cantos do território nacional, a maior gama de produtos possíveis, ao maior número de consumidores possíveis, criando e expandindo o mercado interno, sendo essencial à produção em escalas crescentes, com

efeitos diretos e indiretos sobre custos, aumentando o poder de competição no mercado internacional. Já o *Comércio Exterior* compreende as transações de bens ou serviços entre países ou nações, sendo bem mais amparado tanto juridicamente quanto legitimamente do que o *Comércio Interior*.

Em sequência, Ratti (1985) destaca seis critérios usados na diferenciação básica entre comércio internacional e interno, sendo eles: variação no grau de mobilidade dos fatores de produção, natureza do mercado, existências de barreiras aduaneiras e outras restrições, variação na distância e variações de ordem monetária.

Em sequência ao pensamento de comércio interno e comércio internacional, a questão tributária entra em cheque na questão aduaneira.

Segundo Heller (1978), uma área de comércio livre consiste em um grupo de países que aboliu suas barreiras tarifárias entre si, só que mantém suas taxas em relação ao comércio exterior, ou seja, aduana. Uma união aduaneira difere de uma área de livre comércio pelo fato de ter uma tarifa externa comum que se aplica ao mundo exterior, realizada por qualquer país membro da união de livre comércio, alterando os padrões tarifários entre países que formam a união bem como entre países membros da união e do comércio exterior.

O fato de não aceitar moedas estrangeiras em pagamento das exportações, nem a moeda nacional em pagamento das importações, constitui a base de um mercado onde são compradas e vendidas as moedas dos diversos países, mercado esse denominado mercado cambial ou mercado de divisas (RATTI, 1985, p. 87.)

Cavalcanti (1981) informa que o termo CÂMBIO, que originalmente significava a troca de mercadorias realizadas no interior dos países, hoje se emprega no sentido de troca de moedas, tanto entre países, relacionando seu valor comparado às outras, tendo, além dos bancos autorizados, que transacionam as moedas, as chamadas Casas de Câmbio, que realizam as mesmas funções.

Real de Azúa (1986) destaca as principais etapas que os países criam para eliminar o protecionismo³ no comércio exterior. Na primeira etapa, os países começam eliminando gradativamente as tarifas

aduanearias, conservando, porém, cada um, sua liberdade nas relações comerciais com terceiros; na segunda etapa, implicam-se as tarifas comuns para terceiros países, fortalecendo a capacidade negociadora, definido como União Aduaneira.

Especificamente em relação ao MERCOSUL, os primeiros movimentos rumo à criação de uma área de livre-comércio no Sul do continente latino-americano remontam a 1940, quando foi criada a União Aduaneira Brasil Argentina. Posteriormente, a criação da ALALC em 1960, sinalizava nesta mesma direção. Em 1986, em Buenos Aires, os presidentes da Argentina e do Brasil assinaram a Ata para Integração Argentino-Brasileira que propunha a criação de um mercado comum entre esses dois países e que deveria estar implantado, no máximo, até primeiro de janeiro do ano 2000. Não restam dúvidas que estes atos se constituíram no embrião do MERCOSUL. A partir deste momento, uma série de Cartas de Intenções e de Protocolos foram assinados entre os dois países até que culminasse com a assinatura, em 26 de março de 1991, do Tratado de Assunção, criando formalmente o MERCOSUL (Mercado Comum do Sul) e que teve como signatários a Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai. Este Tratado, em seu Artigo 1º. do CAPÍTULO I, diz: ...os Estados-Partes decidem constituir um Mercado Comum, que deverá estar estabelecido a 31 de dezembro de 1994, e que se denominará Mercado Comum do Sul – MERCOSUL (PREVIDELLI, 1997, p. 2) (sic).

2.2 A globalização popular e o sistema mundial não hegemônico

Ribeiro (2010) discute em seu artigo, como eixo principal da sua argumentação, os temas da globalização popular e do sistema mundial não hegemônico. Traz referências e exemplos que ajudam a compreender os conceitos, demonstrando esta lógica paralela ao sistema oficial e hegemônico.

O primeiro conceito trabalhado pelo autor refere-se à globalização popular, que, segundo sua definição assim se apresenta: “Globalização popular refere-se à participação de agentes sociais que, em geral, não são considerados nas análises sobre globalização ou, quando nas análises sobre globalização figuram

3 Sistema de proteção da indústria ou do comércio de um país, concretizado em leis que proibem ou inibem importação de determinados produtos, por meio da taxação de produtos estrangeiros.

apenas como migrantes ou “transmigrantes”. Os agentes sociais que me interessam são, para dizer de maneira simples e direta, gente do povo.” (RIBEIRO, 2010, p. 21)

O termo é utilizado pelo autor em referência ao que o senso comum tende a chamar de globalização como se fosse a transnacionalização das grandes economias, das empresas transnacionais ou de atores de grande porte no cenário mundial. A globalização popular refere-se ao processo transnacional que o “povo” realiza através das atividades da economia informal, de setores subalternos, desconsiderados pela grande análise econômica e política.

Relacionando o termo da globalização popular, o autor vai considerar esse tipo de rede como parte do sistema mundial não hegemônico, principalmente através de atividades que são consideradas ilegais, relacionadas com contrabando.

De tal tipo de globalização popular o autor chama a atenção para algumas características, como o caráter local e global, mobilidade internacional, flexibilidade das redes, união e desfazimento de ?????, de acordo com as circunstâncias e seus interesses. Essa globalização popular pode ser vista desde pequenos camelôs até a megacentros, servindo de intermediários.

Segundo Ribeiro (2010, p. 30):

Na globalização popular operam as redes sociais (i)lícitas de forma descentralizada, horizontal e baseadas em valores de confiança. As redes sociais (i)lícitas realizam suas práticas (i)lícitas sobre ou a partir de sistema informais previamente construídos por diásporas, redes migratórias ou formas típicas de economia popular.

Outro conceito trabalhado pelo autor consiste no sistema mundial não hegemônico, como um paralelo ao sistema hegemônico, evidenciado pelo grande capitalismo e pelo atual sistema socioeconômico. Para Ribeiro (2010, p. 21), existe uma globalização econômica não hegemônica formada por mercados populares e fluxos de comércio que são, em grande medida, animados por gente do povo e não representantes da elite.

O autor apresenta no seu artigo como se constituiu, ao longo da história do capitalismo, o desenvolvimento do sistema mundial não hegemônico, desde a expansão capitalista marítima e os agentes sociais que representavam uma ameaça aos interesses hegemônicos que estiveram historicamente

envolvidos, em maior ou menor grau, e com maior ou menor eficácia, na construção de sistemas mundiais não hegemônicos. Esclarecendo melhor o conceito de sistema mundial não hegemônico, Ribeiro (2010, p. 28) afirma:

É justamente o que o sistema mundial não hegemônico é: uma composição de várias unidades localizadas em diferentes locais conectados por agentes operando na globalização popular. Esta é formada por redes que operam de maneira articulada e que, em geral, se encontram em diferentes mercados que formam os nós do sistema mundial não hegemônico. Esta articulação cria interconexões que dão um caráter sistêmico a este tipo de globalização e faz com que redes tenham alcance de longa distância.

Nesse sentido, podemos apontar para o papel dos migrantes e dos viajantes que movimentam esse sistema mundial não hegemônico. O autor destaca, principalmente entre os chineses e os libaneses, como esse fluxo migratório de redes opera e sustenta tal sistema. É muito interessante acompanhar os fluxos migratórios dessas nacionalidades, quando elas estão relacionadas a fluxos do comércio não hegemônico, que se faz e se desfaz em diferentes localidades, pois uma das características desse sistema é a flexibilidade na articulação das redes.

3 Procedimentos metodológicos

De acordo com o tema escolhido, foi observada a necessidade de um método de análise e estudo qualiquantitativo, fazendo uso tanto da pesquisa qualitativa como da pesquisa quantitativa, pois sem uma delas não seria possível o entendimento do tema proposto. Uma vez que a pesquisa qualitativa leva a uma análise mais aprofundada de quais são as vantagens e desvantagens do comércio em região de fronteira, a quantitativa abrange maiores números e é mais específica quanto aos questionamentos que serão impostos. O resultado desta análise numérica possibilita a definição de um perfil dos comerciantes da região da Vila Portes em Foz do Iguçu. Justifica-se, assim, a utilização do método misto que terá maior abrangência de conteúdo e conclusões mais assertivas.

Neste estudo foram utilizadas as pesquisas exploratórias e descritivas que deram melhores resultados frente ao tema proposto. A exploratória,

como o próprio nome diz, ajudou a explorar e extrair melhores e maiores informações dos entrevistados, consequentemente trazendo uma qualidade de dados muito mais assertiva. A descritiva, por sua vez, realmente ajudou a descrever o perfil dos empresários. Por meio da análise numérica, foi possível a obtenção de conclusões que estão descritas neste trabalho.

A coleta de dados se deu por meio de questionários estruturados para a pesquisa quantitativa e de entrevista semiestruturada para a qualitativa. Os pesquisadores foram a campo para aplicação dos questionários e das entrevistas.

Os sujeitos da pesquisa qualitativa exploratória semiestruturada foram comerciantes que possuem uma alta visibilidade e ou maior porte no comércio fronteiriço do bairro popular Vila Portes como também aqueles que se destacam em meio a momentos de crise, ou momentos difíceis, e que, por menor porte que apresentem, não se deixam impactar pelo momento econômico atual, mantendo-se o objetivo de extrairmos opiniões e visões para construção do cenário de desafios e oportunidades, por meio das variáveis na realidade que eles enfrentam na região estudada.

Considerando o alto número de estabelecimentos registrados no bairro de comércio popular Vila Portes, considerando também o alto nível de questionários a serem aplicados para a pesquisa quantitativa, foi desenvolvida a técnica de amostragem, a partir da aplicação desses instrumentos de coleta de dados nas principais ruas e avenidas do bairro, conseguindo-se,

assim, atingir os principais comerciantes, tanto do comércio de atacado quanto do varejo, para melhor entendimento de seu perfil. Foram entrevistados 56 comerciantes durante os meses de setembro e outubro de 2017. O questionário aplicado foi o mesmo para todos os comerciantes e foi utilizado pré-teste para sua validação.

A análise dos dados coletados pelos instrumentos de pesquisa questionário e entrevista foi composta pela análise estatística e análise de conteúdo, respectivamente.

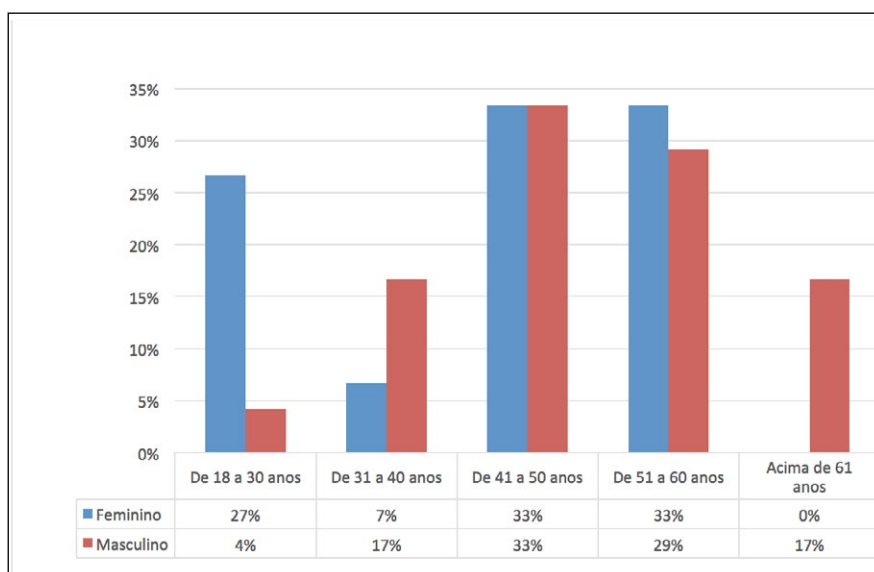
4 Análise dos resultados

4.1 Análise do perfil dos comerciantes

Ao se analisar o perfil do comerciante da Vila Portes, observa-se que, segundo as características citadas, ele está em acordo com o que vem acontecendo nos grandes centros, porém, sem desconstruir por total a ideia de que o comércio pode abordar divergências, como, por exemplo, o fato de já se encontrar um número significativo de mulheres e de jovens entre os 20 e 40 anos investindo no bairro, colocando em pauta o conceito de novos investidores. Abaixo se pode observar a construção da análise bivariada em comparação a algumas questões relevantes aos pesquisadores.

Alguns dados provenientes desse levantamento são interessantes, por isso se destacam e foram analisados, como se observa abaixo:

Gráfico A – Gênero x Faixa Etária

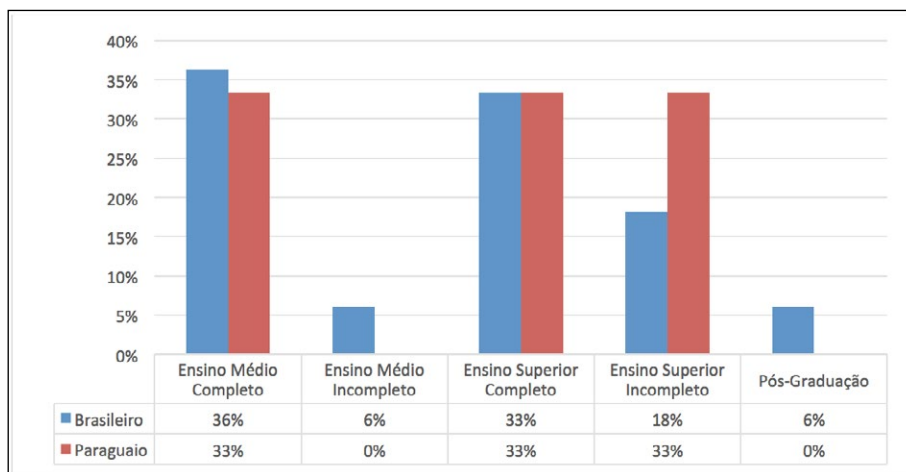


Fonte: Pesquisa quantitativa realizada pelos autores, 2016

Nota-se que, no gráfico A, as comerciantes mulheres são em média mais jovens que os comerciantes homens, sendo que o percentual de comerciantes com idade entre 18 a 30 anos é muito maior que a dos homens – 27% contra 4%. Já os comerciantes acima de 60 anos são somente homens, o que conclui a ideia de que os homens estão na região há mais tempo, embora a realidade venha mudando. Tanto é que, na idade mais representativa para o comércio da região (41 a 50 anos), ambos os sexos estão em igual percentagem, o equivalente a 33%. Assim, apesar de hoje os dados mostrarem um perfil com um percentual de 61,5% de homens, o cenário é propício a mudanças.

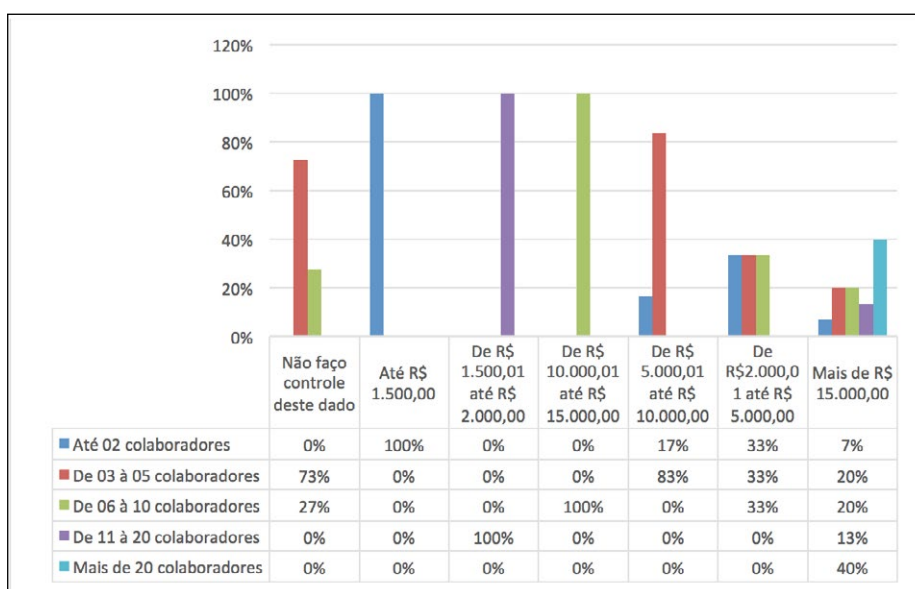
Ao observar o Gráfico B, depara-se com o nível de escolaridade entre as duas nacionalidades que possuem comércio na região estudada. Existem grandes diferenças e algumas curiosidades, como, por exemplo, enquanto somente brasileiros possuem pós-graduação, todos os paraguaios possuem ensino médio completo, diferente dos brasileiros, que apresentam um percentual de 6% que não o concluíram. É possível concluir, portanto, que, nos primeiros anos de estudo, os paraguaios apresentam mais frequência e participação, enquanto os brasileiros têm maior grau de participação no ensino superior, entendendo-se, assim, haver uma maior preocupação dos brasileiros quanto à qualificação profissional futura.

Gráfico B – Nível de Escolaridade x Nacionalidade



Fonte: Pesquisa quantitativa realizada pelos autores, 2016.

Gráfico C – Quantidade de colaboradores x Renda média da empresa



Fonte: Pesquisa quantitativa realizada pelos autores, 2016.

Em análise ao Gráfico C, observa-se que a renda média mensal da empresa não interfere diretamente na quantidade de colaboradores que ela possui, estando mais relacionado ao ramo do que ao rendimento. Pode ser visto que uma empresa com renda de R\$1.500,01 a R\$2.000,00 possui de 11 a 20 colaboradores enquanto as empresas com renda média mensal de R\$15.000,00 possuem entre 2 e 20 colaboradores, conforme o ramo de atuação. Outro ponto a ser observado é a faixa de empresas que não faz o controle da renda média mensal – estes não ultrapassam o número de 10 colaboradores e mais de 70% destes possuem até 05 colaboradores, considerando que são microempresas do setor de comércio e serviços.

Também é possível entender o motivo do descaso da administração da cidade com as políticas públicas do bairro nos últimos anos. Ao deparar-se hoje com Vila Portes, o visitante, comprador, trabalhador, gestor tem a ideia de que o bairro ainda não foi concluído, ou não está em condições de sustentar a quantidade de pessoas que circulam por ele todos os dias.

Observam-se reclamações nos quesitos de melhoria para o bairro. É importante ressaltar a preocupação relacionada à segurança, que, de acordo com dados divulgados pela Cape Coordenadoria de Análise e Planejamento Estratégico – CAPE, órgão ligado à Secretária de Estado e Segurança Pública do Paraná, no período entre janeiro e setembro de 2015, foram roubados ou furtados, em Foz do Iguaçu, 426 veículos. Dentre os bairros com maiores índices desse tipo de delito, o Centro está em primeiro, com 59 registros, seguido pela Vila Portes com 53 registros, trazendo aos comerciantes do local grande insegurança quanto à questão de compras e manuseio de grandes quantias de dinheiro em dias de comércio intenso.

Em segundo lugar, encontra-se a Valorização da Área. Os próprios comerciantes comentam, entre si, que tiveram seus estabelecimentos e bairro esquecidos pelo poder público municipal, que mantém inalterados tratados de revitalização e valorização da área. Um desses tratados denomina-se Beira Foz, que pretende ocupar toda a margem do rio Paraná e Iguaçu e ainda construir, na região, um Mercado Municipal. O projeto, porém, não foi implementado até a data de realização desta pesquisa, ficando apenas no papel.

Em seguida, encontra-se o fator Estacionamento. Em um bairro com potencial comercial altíssimo, é necessário haver um local adequado e acessível aos consumidores, para que estacionem seu veículo e o mantenham com segurança.

4.2 Desafios enfrentados pelos comerciantes

Em resumo, a Vila Portes, hoje, sofre de várias carências e impasses, os quais, se analisados com mais afinco e resolvidos, tendem a gerar grande fator competitivo aos comerciantes ali presentes. Esta pesquisa traz para o leitor um entendimento acerca dos desafios encontrados e combatidos por comerciantes de três áreas distintas, deixando claro onde e em quais aspectos o bairro pode e tende a melhorar.

Considerando também como ponto significativo os diversos idiomas com que os comerciantes estão propensos a se deparar na região de comércio fronteiriço, a questão foi amplamente abordada pelos entrevistados:

Y.G respondeu: [...] No começo, no caso é o idioma, não é tão difícil entender porque geralmente quem vem pro Brasil, comprar no Brasil, ela meio que já sabe o jeito de falar do Brasil [...]

B.S respondeu: [...] Sim, porque, ninguém ali no nosso comércio foi preparado para estar ali, no caso assim, os funcionários que são designados operador de caixa, ninguém é fluente em espanhol por exemplo, ninguém é fluente em libanês, pois tem muito turco e árabe também na região [...]

M.A respondeu: [...] olha o que mais dá problema assim, é o idioma, a gente ainda entende quem é empresário assim há mais de 30 anos, mas temos muitas deficiências nos funcionários que a gente adquire né? porque eles não entende quase nada, eles não têm especialização de língua, então a gente ainda entende ainda, a cultura vai levando, a moeda a gente já sabe com certeza, a gente trabalha com moeda paraguaia, argentina e a brasileira, então eu não encontro dificuldades, mais mesmo é o idioma [...]

A pesquisa demonstrou que o idioma foi ou é uma dificuldade que faz parte da realidade do comércio popular da Vila Portes. O aspecto da baixa qualificação profissional do funcionário que é responsável pelo atendimento ao cliente está atrelado ao desafio de idioma enfrentado, sendo um ponto relevante a ser notado.

A falta de especialização por parte dos comerciantes atuantes no comércio se torna uma barreira com seu cliente, em qualquer seguimento, não possibilitando negociações mais aprofundadas, prejudicando em alguns casos a decisão de compra dos clientes, sendo observada aqui, a necessidade de uma capacitação por parte do empregador com seus funcionários.

A pesquisa aponta que, para a maioria dos entrevistados, a diversidade de moedas encontradas na fronteira é um desafio, pelo fato da instabilidade, flutuação e verificação diária do câmbio.

Tendo em vista que Foz do Iguaçu é uma cidade que possui aproximadamente 80 etnias e que estas estão interligadas com diversas culturas, a pesquisa em questão demonstra que, para os comerciantes de segmentos distintos, a cultura tem um peso importante e que é necessário se adaptar e enfrentar como desafio o modo como as pessoas que frequentemente realizam compras na Vila Portes se relacionam e negociam com os demais.

No que se refere às melhorias para o local, foram abordadas questões tanto no questionário quantitativo quanto na entrevista qualitativa, citando e expondo os reais problemas que a Vila Portes enfrenta no ramo das políticas públicas, colocando problemas encontrados por todos que trabalham ou frequentam aquela área para comércio:

B.S Respondeu: [...] Acredito que primeiramente segurança, porque, que nem havia dito, o que movimenta meu comércio é a compra de “jogos” e, no caso, assim, como em Foz temos muitas concorrentes, até ali mesmo na Vila Portes, onde tiver mais segurança, o jogador vai procurar ir, porque no caso, assim: existe clientes que jogam muito e para ele chegar ali no caixa, sem meu bairro oferecer uma segurança maior para ele..., porque a Vila Portes já tem uma fama de um lugar perigoso, muito assalto por ser ao lado de Bairros como Jardim Jupira e Ponte da Amizade, então, assim, o jogador não acaba procurando a loja dali, ele vai se deslocar às concorrentes próximas, como a loja do BIG, a do Muffato, por ser um local mais centralizado e ter mais segurança, porque imagina: O cara chegar ali e tal, acaba sendo abordado na porta; por isso os bairros ali próximos influenciam bastante também [...].

Y.G Respondeu: [...] Chega sábado, pessoal deixa o carro na Vila Portes e vai pro Paraguai, aí chega o cliente que vem comprar, estaciona no meio da calçada e vira uma bagunça, muito por causa do pessoal que vai pro Paraguai e deixa o carro ali, não quer deixar em estacionamento e deixa lá [...] agora segurança também, porque bandido se aproveita bastante, pessoal está lá cheio de dinheiro para gastar, e sempre tem assalto, a loja já foi assaltada umas oito vezes desde 1996 [...].

M.A Respondeu: [...] Olha, Vila Portes faltam muitas coisas para serem melhoradas, a segurança, valorização da área, porque tem muitas coisas acabadas, falta uma estrutura melhor, o município deveria exigir que as lojas sejam pintadas, calçadas sejam feitas, mas a segurança mesmo é o que mais se destaca [...].

A pesquisa aponta quais as melhorias que são reivindicadas pelos comerciantes do local estudado. Aspectos como a segurança, o estacionamento, limpeza do ambiente, a melhor sinalização das ruas e avenidas, a estrutura local e a padronização visual, tanto das calçadas como dos próprios comércios, são pontos que, por meio da pesquisa quantitativa, também foram identificados.

4.3 Oportunidades identificadas pelos comerciantes

Em contrapartida, a área de comércio popular da Vila Portes traz consigo uma bagagem extremamente rica em relação a pontos fortes de mercado, movimentando hoje uma grande parcela do mercado formal de Foz do Iguaçu.

Observando isso, a pesquisa quis levantar quais as questões que tangem essas oportunidades, deixando-as delineadas e explícitas ao leitor, com entendimento sobre elas, entre os assuntos abordados.

Ao contrário do que foi imaginado, o entrevistado revela uma nova visão a respeito da diversidade de moedas. Faz disso uma oportunidade de lucro por meio da troca de moedas quando tal movimento se torna vantajoso, tendo assim um pequeno lucro paralelo ao comércio em si. Desse modo, o item moeda pode ser enquadrado no dos campos abordados pela pesquisa, tanto em desafio quanto em oportunidade, a depender do modo como será trabalhado.

Em relação à nacionalidade dos clientes, país de origem e público potencial do seu mercado:

Y.G Respondeu: Acho que 70% é paraguaio, acho que nem 10% é argentino e o resto é brasileiro, e é brasileiro a maioria não é daqui [...] Medianeira, mais sapateiro, que tem bastante sapateiro, ai vem de Matelândia, a região até Cascavel não tem nenhuma loja que vende esse tipo de produto [...] O paraguaio ele tem o costume de comprar mais à vista, muito difícil ver um paraguaio querer comprar a prazo, ele sempre paga à vista, e ele procura qualidade inferior com preço mais inferior ainda [...]

O entrevistado Y.G ressalta que 70% dos seus clientes são paraguaios, cerca de 10% são argentinos e o restante é brasileiro. Outra pessoa entrevistada, B.S, responde: [...] brasileiros, a maioria ainda são brasileiros [...]; e, de acordo com M.A: [...] Hoje minha clientela é formada por 60% de paraguaios e argentinos, acredito que seja até mais paraguaios, e o restante brasileiros.

Dois dos três entrevistados apontam os paraguaios como sendo a maioria de seus clientes, em números expressivos, ultrapassando até mesmo o número de brasileiros, um fato interessante que não poderia ser constatado sem o presente estudo. Segundo o comentário desses participantes, os paraguaios se interessam pela qualidade dos produtos brasileiros e também procuram por tipos de comércio ou produtos que, por vezes, não são encontrados no Paraguai.

Os clientes paraguaios apresentam um padrão de comportamento muito distinto dos brasileiros; em sua maioria não realizam compras a prazo, realizam o pagamento à vista e muitas vezes em dinheiro, o que é preferível para os comerciantes, que têm retorno imediato e não correm risco de sofrer prejuízos.

4.4 Relação Cidade Del Este vs Vila Portes

Em relação ao comércio de Ciudad Del Este no Paraguai, se é considerado um entrave ou uma oportunidade:

B.S responde: [...] Não, muito pelo contrário, Ciudad Del Este até ajuda, porque pelo fato de ter muito movimento de pessoas pela própria Ciudad del Este e seu grande número de comércios, o meu comércio acaba que tendo

um, como posso dizer? um fluxo maior, ela acaba sendo um ponto positivo para nós, nos ajudando [...].

Y.G responde: Não, nenhum pouco, porque é totalmente diferente o produto, o comércio de lá é mais eletrônico, o que a gente tem na nossa loja não tem no Paraguai [...] mas o comércio geral da cidade não. Agora se eles afetam a nossa venda [...], quando eles estão mal lá a gente tá mal aqui também, porque, quando não vendem eletrônico lá, eles não vêm muito pra cá, porque uma coisa liga a outra [...]

M.A responde: [...] olha, o mercado de Ciudad del Este, a gente não considera concorrente, porque eu trabalho com mercadoria brasileira, então, para meu setor, não me atrapalha muito; no inverno ele atrapalha, pois eles trazem muita mercadoria importada da China, e o nosso mercado não consegue acompanhar estes preços; mas temos os clientes que preferem nossas mercadorias brasileiras, então isso que acaba sendo nossa vantagem, onde nos sobressaímos na confecção; a gente sente muitas perdas, mas estamos sempre de olho [...]

De modo geral, os produtos comercializados em Ciudad Del Este e na Vila Portes são voltados para um público que busca produtos diferentes. O fluxo de pessoas na região por causa do Paraguai e o câmbio do dólar, porém, afetam diretamente as vendas da região, por diversas situações: os turistas que iriam para Ciudad Del Este acabam conhecendo e até mesmo comprando na Vila Portes, os próprios paraguaios possuem renda para virem gastar no Brasil e, assim, esse círculo de comércio fronteiriço se torna contínuo e favorável para ambas as partes.

Y.G. destaca que, na região da Vila Portes, se vende mais quando comparado à região do centro, pelo fluxo maior de pessoas. Já no depoimento de B.S., a região não interfere de modo muito efetivo, somente destaca o grande fluxo de pessoas. Ainda segundo a entrevistada M.A:

[...] a Vila Portes foi considerada, desde muitos anos atrás uma área de exportação, onde o mercado seria mais barato do que nos grandes centros, então as pessoas acostumaram a vir para a Vila Portes tanto da cidade como do Paraguai e Argentina; temos bastantes clientes,

então este fato faz com que os clientes visitem nossas lojas, e hoje aumentou muito a clientela brasileira na Vila Portes, além da queda da Paraguai, em função da moeda que sobe e desce [...]

A região é conhecida pela variedade e preço baixo dos produtos. Muitas pessoas se dirigem até lá para realizar compras, até mesmo de outras cidades próximas, ideia afirmada pela fala dos comerciantes entrevistados, que confirmam a grande demanda por preços baixos com determinada qualidade agregada. O trecho da fala de M.A traz, porém, uma perspectiva relativamente nova, o fato da variação do dólar. Seu aumento fez com que a clientela brasileira viesse para a Vila Portes em busca de preços baixos e a paraguai se retraiu, pois, com o dólar alto, a situação financeira deles é prejudicada.

5 Considerações finais

O movimento de integração econômica e comercial globalizada possibilitou a produção em escala de produtos em vários países, sendo possível reduzir custos e buscar localidades com mão-de-obra e matéria prima economicamente vantajosa. O ambiente de fronteira é vivenciado pelos habitantes da cidade de Foz do Iguaçu, que faz limite com o Paraguai e a Argentina. Diante dessa realidade, uma tríplice fronteira está inserida em um cenário de livre comércio, que proporciona experiências culturais, acesso à variedade de moedas e idiomas, oportunidades e desafios peculiares a quem investe em regiões com essas características, como é o caso dos comerciantes do bairro popular Vila Portes, que constitui fronteira com Ciudad Del Este, no Paraguai.

Dados divulgados pela Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu mostram que, atualmente, o bairro Vila Portes é o principal destino quando se pensa em turismo de compras de baixo custo e qualidade moderada, porém dispõe de diversas dificuldades como falta de segurança, má sinalização, o que dificulta a locomoção nas ruas e avenidas, falta de planejamento urbano e de atenção do poder público municipal. Esses fatos que cercam esses comerciantes que investem em um bairro de comércio popular fronteiriço, despertou nos autores o interesse em estudar e conhecer tal realidade. Frente a uma região de comércio que contribui para o desenvolvimento econômico da cidade, buscaram-se, portanto, informações para responder à seguinte pergunta: Qual o perfil, desafios

e oportunidades do comércio popular do bairro Vila Portes, na cidade de Foz do Iguaçu – PR?

Foram realizados questionários com os comerciantes das principais ruas e avenidas do bairro, considerando uma população de 45 estabelecimentos formais – a amostra com nível de confiança de 90% e erro amostral de 5% foi totalizada na aplicação de 39 questionários, com o objetivo de uma definição do perfil dos comerciantes que estão inseridos nessa região. Além disso, entrevistas semiestruturadas foram realizadas com 03 comerciantes de ramos de atuação distintos da região de comércio popular fronteiriço, e as perguntas foram elaboradas com o objetivo de levantar quais são os principais desafios encontrados e quais as oportunidades para os comerciantes que atuam no bairro Vila Portes.

O objetivo geral buscou desvelar o perfil, desafios e oportunidades dos comerciantes do bairro Vila Portes na cidade de Foz do Iguaçu. Por meio dos questionários, foi possível identificar o perfil do comerciante, e as entrevistas possibilitaram traçar quais são os principais desafios e oportunidades enfrentados, de modo geral, pelos empresários no bairro.

O presente trabalho apresentou três objetivos específicos, sendo o primeiro deles, compreender a formação do bairro Vila Portes, na sua dimensão econômica, política, social e cultural, objetivo alcançado depois de muitas pesquisas com diversas fontes, a fim de captar informações de todas as áreas citadas, e tornando possível a delimitação da região. Possibilitou também o conhecimento sobre suas questões econômicas. Em relação aos seus aspectos sociais e culturais, a região é conhecida como uma região de comércio popular, com diversos tipos de comércio.

O segundo objetivo específico foi realizar pesquisa com os comerciantes do bairro Vila Portes, na cidade de Foz do Iguaçu – PR. Para alcançá-lo, foi necessário determinar quais os meios que seriam necessários. Ao fim dos estudos, foi delimitada a região mais propícia, e determinou-se o uso de pesquisa qualitativa, realizando-se entrevistas semiestruturadas e pesquisa quantitativa com questionários estruturados, aplicando-os aos comerciantes do local.

O terceiro e último objetivo específico pretendia analisar o perfil, os desafios e oportunidades dos comerciantes do bairro Vila Portes relacionando-o com o desenvolvimento sócio-histórico do bairro. A partir de toda a análise realizada nos dados levantados, pôde-se definir o perfil, os desafios e as vantagens dos comerciantes ali inseridos e destacar que a região tem

o objetivo de ser uma região de comércio popular, porém com a devida valorização do trabalho realizado por proprietários e colaboradores, os quais buscam a devida valorização há muito tempo, embora até o momento de execução deste estudo somente projetos tenham sido apresentados.

O presente trabalho concluiu que o perfil dos comerciantes da região da Vila Portes é de indivíduos do gênero masculino, de 41 a 50 anos, com ensino médio completo, sendo brasileiro. sua empresa seria do setor de roupas e calçados, com uma renda média superior a R\$ 15.000,00, estando no mercado há mais de 10 anos, sendo uma empresa formalizada (pessoa jurídica) e com 03 a 05 colaboradores. Observa-se que a característica que mais se destaca em seu cliente é a renda, seguido de sua faixa etária e nacionalidade. Este cliente escolhe a região pelo mercado potencial e pela localização. As mercadorias vendidas são compradas no Brasil, e o que aponta para um melhor desenvolvimento e maior competitividade nesta região de comércio popular são melhorias na segurança e no quesito estacionamento.

Os desafios para o comércio na região são poucos, sendo indicado como de maior grau de dificuldade o idioma, tornando-se um entrave; destaca-se, também, um ponto importante: a ausência de mão-de-obra qualificada para a região de triplice fronteira. Como oportunidades, destaca-se a grande demanda do público paraguaio, pois essa proximidade com Ciudad Del Este se torna benéfica pelo fluxo de pessoas que são atraídas para a região; além disso o próprio estereótipo da região: se ter produtos variados a preços mais baixos que em outros locais de Foz do Iguazu.

A proposta inicial do trabalho seria a realização de um censo com a população da Vila Portes, porém alguns aspectos dificultaram uma análise mais profunda dos pontos propostos. A região é ampla, tendo um número consideravelmente grande de comércios, o que impossibilitou a realização de um censo. Observou-se como limitação principal resistência dos comerciantes da região em responderem aos questionários e também a realizarem uma entrevista.

O referido trabalho alcançou seus objetivos geral e específicos e estes foram satisfatoriamente aqui apresentados. Esse resultado é de grande valia para futuros administradores, pois oferece uma grande quantidade de informações valiosas, como forma de conhecimento de uma região de comércio específica, propicia a futuros investimentos. Sugere-

se esse tipo de estudo em outras regiões fronteiriças, como o comércio de Ciudad Del Este, no Paraguai, compreendendo quais as oportunidades e desafios que os comerciantes paraguaios enfrentam e qual a relação com o comércio popular do bairro Vila Portes, propiciando conhecimento àquele que o estuda e àquele que busca investir em regiões com essas características.

REFERÊNCIAS

- ARRAIGA RODRIGUES, J.C. El concepto de frontera en la perspectiva humana. *Perspectiva Geográfica*. Vol. 17, 2012.
- BOURDIEU, P. Espírito de Estado. Gênese e estrutura do campo burocrático. *In: BOURDIEU, P. Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas: Papirus, 1996. p. 127-166.
- CAVALCANTI, F. G. M. **Comércio Exterior e Contrato de Câmbio de Exportação**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1981.
- COSTA, R.H. da. Latifúndio e Identidade Regional. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1988.
- CURY, M. J. F. **Territorialidades Transfronteiriças do Iguassu (TTI): interconexões, interdependências e interpenetrações nas cidades da Tríplex Fronteira - Foz do Iguazu (BR), Ciudad del Este (PY) e Puerto Iguazú (AR)**. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2010.
- DORFMAN, A. Panorama, percurso e possível agenda para os estudos fronteiriços brasileiros. *In: DORFMAN, Adriana (org.). Anuário Unbral das Fronteiras Brasileiras 2014*. Porto Alegre: Editora Letra1; Instituto de Geociências/UFRGS, 2015. p. 12-27.
- GOTTMANN, J. Confronting centre and periphery. *In: GOTTMANN, J. (ed.) Centre and periphery: spatial variation in politics*. Beverly Hills: Sage Publications, 1980. p. 66-89.
- HELLER, H. R. **Comércio Internacional: teoria e evidência empírica**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 1978.
- INDOVINA, F; CALABI, D. Sull'uso capitalístico del territorio. *In: LUSSO, G. (org.) Economia e Territorio*. Milano: Angeli, 1974. p. 123-149.
- NEWMAN, D. Boundaries. *In: Agnew, J. et. al. A Companion to Political Geography*. 1ª ed. Oxford: Basil Blackwell, 1998.

PARANÁ. Secretaria da Segurança Pública e Administração Penitenciária. **Coordenadoria de Análise e Planejamento Estratégico (CAPES)**.2016. Disponível em: <http://www.seguranca.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=97>. Acesso em: 28 abr. 2016.

PREVIDELLI, J. J. Estratégias condicionantes da internacionalização de empresas no mercosul. *In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO*, 21.,1997, Rio das Pedras. **Anais [...]**. Rio das Pedras: ANPAD, 1997. 1 CD-ROM.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1984.

RATTI, B. **Comércio Internacional e Câmbio**. 5. ed. São Paulo: Aduaneiras, 1985.

REAL DE AZÚA, D. E. **O Neoprotecionismo e o Comércio Exterior**. 1. ed. São Paulo: Aduaneiras, 1986.

RIBEIRO, G. L. A globalização popular e o sistema mundial não hegemônico. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 25, n. 74, p. 21-38, out. 2010.

SAQUET, M. A. Por uma Geografia das Territorialidades e das Temporalidades. **Rio de Janeiro: Consequência, 2015**.