

Riscos percebidos por turistas e estratégias de redução de risco utilizadas por ambulantes de praia no Brasil: uma análise na perspectiva dos vendedores de alimentos não industrializados

RAFAELA MARQUES * [rqm86@yahoo.com.br]

MICHELLE KOVACS ** [michellekovacs@gmail.com]

EMILY CABRAL *** [emalycabral@gmail.com]

RODRIGO FARO **** [rodrigofaro@hotmail.com]

ANDERSON GOMES ***** [son_ander@hotmail.com]

MARIA DE LOURDES DE AZEVEDO BARBOSA ***** [lourdesbarbosa@gmail.com]

Resumo | Diante da circunstância de incerteza, os consumidores podem utilizar diferentes meios para minimizar os riscos que percebem como forma de efetuar suas aquisições. Essas ações são conceituadas como estratégias de redução de riscos. A proposta desta investigação traz à tona um assunto pouco explorado, os riscos percebidos pelos turistas que consomem alimentos não industrializados, sob a ótica dos ambulantes de praia, além da identificação das estratégias utilizadas pelos ambulantes locais para minimizar os riscos que os seus clientes percebem. A abordagem metodológica utilizada na pesquisa foi qualitativa, utilizando-se entrevistas semi-estruturadas com posterior análise de conteúdo. Os principais achados apontam que os ambulantes identificam a percepção dos riscos pelos turistas e que as principais tipologias mencionadas são: risco financeiro, físico e de desempenho, e, para reduzir esses medos, os vendedores ambulantes tendem a utilizar as seguintes estratégias visando minimizar a percepção de riscos por parte dos consumidores: imagem do vendedor, garantias, experimentação/amostra grátis.

Palavras-chave | Turistas, Comércio ambulante, Risco percebido, Estratégias de redução de risco.

* **Mestre em Administração** pelo Programa de Pós-graduação em Administração (PROPAD/UFPE), **Bacharel em Turismo** pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), **Investigadora** do Centro de Estudos em Turismo, Hospitalidade e Gastronomia (CHT) da mesma instituição e **Professora** da Faculdade Santa Emília – FASE.

** **Professora** do Núcleo de Turismo e Hoteleria (DHT) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), **Investigadora** do Centro de Estudos em Turismo, Hospitalidade e Gastronomia (CHT) da mesma instituição, do Centro de Estudos em Marketing e Pessoas (MKP) e do Grupo de Tecnologia e Educação a Distância (EADTEC), da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE).

*** **Mestranda** do Programa de Pós-Graduação em Administração (conceito 5 pela CAPES) da Universidade Federal de Pernambuco (PROPAD/UFPE), **Graduada em Turismo** pela Universidade Federal de Pernambuco - UFPE.

**** **Bacharel em turismo** pela Universidade Federal de Pernambuco.

***** **Mestre em Administração** pela Universidade Federal de Pernambuco, **especialista** em Marketing, Advertising and International Business Communications pela MLS International College, Bournemouth, Reino Unido, integrante do Centro de Estudos em Hospitalidade, Turismo e Gastronomia (CHT) da UFPE.

***** **Professora** do Núcleo de Turismo e Hoteleria (DHT) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), **Professora** da Pós-graduação em Administração da mesma instituição, **Investigadora** do Centro de Estudos em Turismo, Hospitalidade e Gastronomia (CHT) da UFPE, e do Centro de Estudos em Marketing e Pessoas (MKP).

Abstract | In situations of uncertainty, consumers may use different means to minimize the risks they perceive as a way to make their purchases. These actions are defined as risk reduction strategies. The purpose of this investigation is to bring up a subject little explored, the risks perceived by tourists while consuming non-processed food, from the perspective of ambulant traders, identifying strategies used by these local vendors to minimize the risks that their customers perceive. The methodological approach used in the study was qualitative, through semi-structured interviews which led to subsequent content analysis. The main findings indicate that the ambulant traders are aware of the risks perceived by tourists and the main types mentioned are: financial, physical and performance risks, and in order to reduce them salesmen tend to use the following relieves decrease the level of risk perception by the consumers: image of the seller, warranties, trial / free sample.

Keywords | Tourists, Ambulant trading, Perceived risk, Risk relieves.