



REVISTA **TURISMO** ESTUDOS & PRÁTICAS

ISSN: 2316-1493

EMPREENDEDORISMO INFORMAL A PARTIR DO CONTEXTO DE TURISMO RELIGIOSO: ANÁLISE DE PERFIL E PERSPECTIVAS DE VENDEDORES AMBULANTES NO FESTEJO DE SÃO BERNARDO - MA

*INFORMAL ENTREPRENEURSHIP FROM THE CONTEXT OF RELIGIOUS TOURISM: PROFILE
ANALYSIS AND PERSPECTIVES OF STREET VENDORS AT THE FESTIVAL OF SÃO
BERNARDO - MA*

Gabriela dos Santos Costa¹
Jussara Danielle Martins Aires²
César Roberto Castro Chaves³
Josenildo Campos Brussio⁴

RESUMO: A fim de suprir a escassez de estudos sobre aspectos do empreendedorismo informal no contexto do turismo religioso no Brasil, este artigo objetiva mostrar perspectivas e desafios do empreendedorismo de negócios informais criados em decorrência do festejo do glorioso São Bernardo. A realização desse evento católico maranhense num contexto em que ainda persistem altos índices de desemprego e desigualdades sociais, têm corroborado na configuração de um cenário favorável à satisfação de necessidades básicas de subsistência de moradores locais, ao mesmo tempo que contribui para a disseminação e continuidade da cultura e tradição popular da cidade de São Bernardo. Para cumprir o objetivo proposto, um estudo do tipo exploratório e sob a abordagem qualitativa foi realizado. Dados foram coletados, a partir de um roteiro semiestruturado de questões. Sete entrevistas foram aplicadas, no período de 18 a 25 de julho de 2023, com moradores que conduzem negócios informais na

¹ Graduanda em Turismo pela Universidade Federal do Maranhão, Centro de Ciências de São Bernardo (UFMA, CCSB), São Bernardo, Maranhão, Brasil. Email: costagabryele53@gmail.com

² Doutora em Turismo pela Universidade de Aveiro (Portugal). Professora adjunta do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal do Maranhão, Centro de Ciências de São Bernardo (UFMA, CCSB), São Bernardo, Maranhão, Brasil. Email: jussara.aires@ufma.br (contato principal para correspondência).

³ Doutor em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Maranhão. Professor adjunto do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal do Maranhão, Centro de Ciências de São Bernardo (UFMA, CCSB), São Bernardo, Maranhão, Brasil. Email: cesar.roberto@ufma.br

⁴ Pós-doutor em turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Doutor em Psicologia Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Professor Associado II do Curso de Licenciatura em Ciências Humanas da Universidade Federal do Maranhão, Centro de Ciências de São Bernardo (UFMA, CCSB), São Bernardo, Maranhão, Brasil. Email: josenildo.brussio@ufma.br



cidade há pelo menos três anos. O tratamento dos dados contou com a técnica de Análise de Conteúdo (Bardin, 2016). A maioria dos participantes são mulheres com idade entre 26 e 47 anos e residem em São Bernardo. No geral, os empreendedores informais se sentem envolvidos com o festejo e buscam expandir seus negócios para além da realização do evento. A falta de recursos financeiros e de acesso a crédito, a concorrência desleal, a falta de infraestrutura adequada na cidade, a burocracia excessiva, a falta de capacitação e treinamento específico, a dificuldade em encontrar clientes e a sensação de ameaça constante de fiscalização e autuação pelos órgãos reguladores são algumas das principais dificuldades e desafios a serem enfrentados. Características como persistência, comprometimento, busca de novas oportunidades e iniciativa, busca por ampliar conhecimentos, rede de contatos, independência e autonomia foram mais realçadas no perfil desses trabalhadores. **Palavras-chave:** Perfil. Perspectivas. Vendedores. Empreendedorismo informal; Oportunidades de negócio. Festejo de São Bernardo.

ABSTRACT: In order to make up for the scarcity of studies on aspects of informal entrepreneurship in the context of religious tourism in Brazil, this article aims to show the prospects and challenges of entrepreneurship in informal businesses created as a result of the festival of the glorious St Bernard. The holding of this Catholic event in Maranhão in a context where high levels of unemployment and social inequalities still persist, has contributed to the configuration of a favourable scenario for the satisfaction of basic subsistence needs of local residents, while at the same time contributing to the dissemination and continuity of the popular culture and tradition of the town of São Bernardo. In order to fulfil the proposed objective, an exploratory study was carried out using a qualitative approach. Data was collected using a semi-structured script of questions. Seven interviews were conducted between 18 and 25 July 2023 with residents who had been running informal businesses in the city for at least three years. The data was processed using content analysis technique (Bardin, 2016). Most of the participants are women aged between 26 and 47 and live in São Bernardo. In general, the informal entrepreneurs feel involved with the festival and are looking to expand their business beyond the event. The lack of financial resources and access to credit, unfair competition, the lack of adequate infrastructure in the city, excessive bureaucracy, the lack of training and specific training, the difficulty in finding clients and the feeling of constant threat of inspection and fines by regulatory bodies are some of the main difficulties and challenges to be faced. Characteristics such as persistence, commitment, the search for new opportunities and initiative, the quest to expand knowledge, networking, independence and autonomy were more emphasised in the profile of these workers. **Keywords:** Profile. Prospects. Salespeople. Informal entrepreneurship; Business opportunities. Festejo de São Bernardo.

INTRODUÇÃO

As discussões sobre os impactos econômicos do turismo religioso e, mais precisamente, da realização de festas populares católicas no contexto de cidades interioranas ou periféricas no Brasil são relevantes. Elas culminam em um propulsor campo de estudos das Ciências Humanas, Sociais e Aplicadas, mas ainda permanecem escassas (Almeida, Enoque, & Borges, 2019). No que diz respeito aos aspectos socioeconômicos, parece haver um consenso de que a realização de tais eventos em contextos periféricos, onde prevalecem altos índices de desemprego e desigualdades, podem corroborar na configuração de cenários favoráveis à satisfação mais imediatista de necessidades sociais básicas (Alves, 2020; Fontes, 2023), ao mesmo tempo que contribui para a disseminação e continuidade da tradição e cultura popular local (Almeida, Enoque, & Borges, 2019).

O chamado empreendedorismo informal, que consiste na atividade comercial de indivíduos, empresas ou negócios operando fora dos quadros legais ou regulamentares (Alves, 2020; Albino, 2022; Fontes, 2023) apresenta índices altos no Brasil e, nos últimos anos, indicadores como estes, têm se mostrado cada vez mais expressivos na cidade de



São Bernardo⁵-MA. Este município, sede da Região de Planejamento do Delta do Parnaíba (Lei Complementar 108/2007), está situado numa localização estratégica, dada a sua proximidade a destinos turísticos consolidados, que compõe a Rota das Emoções, a exemplo de Parnaíba (PI) e Jericoacoara (CE).

Religiosamente, o município é conhecido pelo "Festejo de São Bernardo" - festa que acontece em todo mês de agosto e que, por conseguinte, leva a recordação do Santo padroeiro da cidade. Por essas razões, e dada as condições históricas, culturais e naturais, o município reúne potencial para a melhoria das condições de vida populacional através do fomento da atividade turística. Segundo estimativas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, São Bernardo apresenta extensão territorial de 1.006,920 km², uma população de 26.943 habitantes e Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,572, que tem crescido nos últimos anos (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, 2022), coincidindo com o aumento anual das taxas relativas ao empreendedorismo informal.

Sabe-se amplamente que a criação e manutenção de negócios informais tem crescido na cidade, de forma que muitas famílias de moradores locais encontram nessa informalidade, o seu sustento. Em contrapartida, permanecem como pouco ou nada conhecidos, os aspectos inerentes à condução desses negócios, expressos no perfil dos sujeitos empreendedores e todos os pontos favoráveis, dificuldades e desafios enfrentados por eles no contexto do referido município. Diante disso, é apresentada a seguinte questão-problema: Quais as principais perspectivas e desafios do empreendedorismo de negócios informais no contexto do turismo religioso na cidade de São Bernardo - MA?

Para responder essa questão, o artigo apresenta como objetivo geral: avaliar o perfil empreendedor e perspectivas de trabalhadores informais no referido contexto. Especificamente, o estudo objetiva: a) analisar o perfil de trabalhadores, que conduzem negócios informais durante a realização do festejo do glorioso São Bernardo; b) apreender que características e comportamentos do perfil empreendedor são mais realçados nesses trabalhadores e c) averiguar aspectos positivos, dificuldades, ameaças e obstáculos percebidos por esses trabalhadores.

O artigo está estruturado da seguinte forma: após essa introdução, será apresentado o referencial teórico, realçando três tópicos centrais: o primeiro, contemplando o Turismo religioso como impulsionador do empreendedorismo informal de forma a situar a realidade bernardense; o segundo, mostrando as características e comportamentos do ser empreendedor e como se manifestam no contexto do empreendedorismo informal e o terceiro, discutindo em síntese, dificuldades e desafios enfrentados na condução de negócios informais. A terceira seção apresenta os aspectos metodológicos, que incluem a tipologia do estudo, aspectos sobre o seu lócus e participantes, o instrumento, técnicas de coleta e de análise de dados, bem como as questões e procedimentos éticos da pesquisa. A quarta seção apresenta os resultados em função dos objetivos, cumprindo o papel de confrontar dados empíricos e teóricos. Por fim, a seção intitulada Considerações Finais, resume os principais resultados, mostrando as principais contribuições, limitações e encaminhamentos para pesquisas futuras.

⁵ Informação proferida por representantes do Salão do Empreendedor em palestra realizada no dia 14 de junho de 2023 no Centro de Ciências de São Bernardo (CCSB), no contexto de aula da disciplina de Consultoria Empresarial em Turismo.



TURISMO RELIGIOSO COMO IMPULSIONADOR DO EMPREENDEDORISMO INFORMAL

O turismo religioso tem se mostrado como uma estratégia para dinamizar economias locais, mesmo em áreas periféricas. A fé e devoção tem nos últimos anos se tornado um fator mais presente na escolha de destinos turísticos consolidados ou com potencial para tanto. Em uma matéria publicada pela Pluminews (2022) o crescimento do turismo religioso no Brasil foi fundamentado por dados do Ministério do Turismo. Esse nicho movimenta cerca de 15 bilhões de reais por ano no país. Só em 2022, foram registradas em torno de 20 milhões de viagens movidas pela fé, das quais 8,1 milhões eram domésticas⁶.

De um modo geral, em sociedades mais desenvolvidas, onde prevalecem sinais de uma economia capitalista moderna, as festas populares de cunho religioso funcionam como um mecanismo impulsionador da criação de negócios e fator gerador de incentivos e investimentos, para além da satisfação de necessidades humanas e de mercado, por meio da inovação. Esses eventos favorecem a construção de um cenário de oportunidades no campo mercadológico empreendedor, contribuindo também para a disseminação e continuidade de tradições e manifestações históricas, artísticas e culturais das localidades. Mecanismos de subsistência são automaticamente gerados pelos e para os próprios moradores locais (Albino, 2022).

Em regiões economicamente mais frágeis, essas dinâmicas parecem ocorrer com mais restrições aos indivíduos, já que em meio à escassez de recursos, eles tendem a se mobilizar mais intuitiva e independentemente (com pouco ou nenhum recurso de apoio e proteção do Estado) por necessidades de sobrevivência e não por criatividade e inovação (Alves, 2020; Fontes, 2023). De todo modo, não se pode negar a possibilidade de o turismo religioso se realçar como potencializador de fontes de renda, renda e alternativas à população. Tal modalidade de turismo se mostra explorável e viável diante das novas demandas de mercado, oferta de produtos e prestação de serviços, que emergem como respostas a tendências universais. Turistas e visitantes, podem encontrar no contexto da prática de turismo religioso, a ampliação de conhecimentos, a possibilidade de imersão em novos espaços, culturas e modos de vida e por conseguinte, a promoção de intercâmbio sociocultural entre pessoas diferentes (Almeida, Enoque, & Borges, 2019).

Correa (2021) afirma que o turismo religioso pode se originar a partir da motivação com fim religioso sendo a principal, mas as pessoas podem ampliar sua motivação no contexto da prática turística, utilizando-se de multifuncionalidades e um maior número de atrativos na localidade visitada, que não estejam relacionados direta e necessariamente à motivação religiosa original em si (Correa, 2021).

Como consta em Buser⁷ (2020), quando uma pessoa visita um santuário religioso por exemplo, ela vive à priori, uma experiência ligada à fé e a espiritualidade. No entanto, o potencial dessa categoria de turismo vai além da sua relação com as religiões. Ao visitar esses locais, pessoas acabam consumindo produtos e serviços, além de ter

⁶Turismo religioso ganha cada vez mais adeptos no Brasil e no mundo. Pluminews, 19 de setembro de 2022. Disponível em: <https://www.pluminews.com.br/2022/09/19/turismo-religioso-ganha-cada-vez-mais-adeptos-no-brasil-e-no-mundo/>. Acessado em: 19 de junho de 2023.

⁷Informação constante no blog intitulado: Turismo religioso no Brasil: qual a sua relevância para o setor? Buser. 7 de outubro de 2020. Disponível em: <https://blog.buser.com.br/eventos/turismo-religioso-no-brasil/>. Acessado em: 19 de junho de 2023.



acesso a outros tipos de serviços e visitação. Roteiros gastronômicos, histórico-culturais, arquitetura diferenciada fazem parte desses passeios. O turismo religioso também pode ser considerado como um modo de melhorar a infraestrutura e a qualidade de vida dos moradores dos locais visitados. Isso aconteceu no Largo de Roma, em Salvador, região onde está localizado o Santuário Santa Dulce dos Pobres e no Bairro do Brás em São Paulo, após a construção do Templo de Salomão — sede mundial da Igreja Universal (Buser, 2020).

Luiz Barretto (presidente do Sebrae e ex-Ministro do Turismo) ponderou em entrevista que: o turismo religioso pode gerar oportunidades de emprego e renda diretamente a artesãos, pequenos produtores e criação e condução de negócios, que lidam com alimentação ou venda de artigos como estátuas, artefatos, santinhos e camisetas. Esses negócios dinamizam a economia local, por buscar satisfazer necessidades de uma grande movimentação de pessoas, tanto na condição de consumidores como na condição de vendedores. Alguns desses vendedores, face ao desafio de lidar com a precariedade das relações e condições do mercado de trabalho local (Fontes, 2023), vislumbram a partir do contexto da realização do evento, uma oportunidade de inclusive, expandir e formalizar do ponto de vista legal, tais negócios⁸, o que tanto a literatura tradicional quanto o senso comum costumam chamar de empreendedorismo.

O termo empreendedorismo, na verdade, possui uma infinidade de conceitos e eles variam em função das diferentes abordagens de estudo: econômica, processual, prática, comportamental e crítica (Souza, 2023), sendo que algumas delas abrigam pontos em comum. Nas abordagens econômica, comportamental, prática e processual, o empreendedorismo realça seu sentido destacando o importante papel do indivíduo, que dotado de habilidades, comportamentos diferenciados e movido pelo desejo de realização, age para dinamizar e revolucionar a economia, principalmente por meio da inovação (implementação de novidades e/ou melhorias significativas) aplicada no contexto da abertura e manutenção de negócios (formais ou não). Nesse caso, o ser empreendedor com suas subjetividades e conectado às potencialidades e limitações de seu contexto social, identifica problemas e necessidades, transformando-os em soluções e oportunidades de mercado. Contudo, como os lados obscuros, gerados a partir dessas dinâmicas de transformação acabam por ser desconsiderados ou negligenciados, cabe à abordagem crítica, o papel de denúncia, ao realçar contradições, retomando a retórica da liberdade individual baseada na racionalidade e competição de mercado que se apresenta como ‘única opção’ econômica viável (Souza, 2023).

Em consonância, autores como Antunes (2018) e Tavares (2018) buscam argumentar como o empreendedorismo, inclusive o do tipo informal, propagado enquanto a possibilidade de uma vida profissional autônoma e emancipatória é, na verdade, um mito, uma espécie de mascaramento da relação entre capital e trabalho. Nas palavras de Tavares (2018, p. 110):

O empreendedorismo é uma estratégia pela qual é transferida ao trabalhador a atribuição de gerar postos de trabalho, de modo a garantir “ordem e progresso” capitalistas; é um artilheiro engendrado pelo capital e viabilizado pelo Estado, para confundir a oposição das classes sociais; é uma tentativa de obscurecer a figura do trabalhador proletário e, desse modo, pôr fim ao sujeito revolucionário; é,

⁸SEBRAE: O turismo religioso é estímulo para economia regional. Viagens de Fé. Disponível em: <https://viagensdefe.com.br/sebrae-turismo-religioso-e-estimulo-para-economia-regional/>. Acessado em: 20 de junho de 2023.



enfim, uma forma pela qual se quer combater o desemprego, sem possibilitar a relação de emprego, na aceção de um contrato pelo qual o trabalhador vende força de trabalho e em troca recebe um salário e a proteção social que, por lei, ainda é garantida aos trabalhadores percebidos como assalariados (Tavares, 2018, p. 110).

Desse modo, o discurso do empreendedorismo informal seria um paliativo aplicado para mistificar a profusão de ocupações profissionais precárias e buscar eliminar o desemprego. Isso seria um remédio que, segundo Antunes (2018), só contribui para nutrir a doença. Por trás das promessas de sucesso e prosperidade, propostas pela lógica neoliberal, o que de fato existe é uma maior exploração do trabalho, expropriação do bem comum, extremo individualismo, ausência ou escassez de políticas e incentivos governamentais de apoio e proteção ou políticas de austeridade fiscal, cortes de gastos sociais e desigualdades atenuadas. Portanto, a abordagem crítica do empreendedorismo evidencia que uma liberdade que só pode ser utilizada para fins de mercado não pode ser chamada de liberdade, mas antes configura-se numa forma explícita de dominação, pois sempre coloca preceitos econômicos acima dos humanos (Antunes, 2018; Tavares, 2018).

Para efeitos desta pesquisa, nos respaldamos na lógica de mesclar aspectos das abordagens comportamental, prática e crítica, dado o seu caráter de compatibilidade e complementaridade entre si. A idealização das características e comportamentos do ser empreendedor não parece ser ao todo alheia ao perfil de trabalhadores que costumeiramente lidam e reagem a adversidades. Essa é uma escolha estratégica para confrontar similaridades entre diferentes perspectivas, testar perfis e assim, enriquecer o debate do empreendedorismo informal como mecanismo para desenvolver resiliência humana, que ao mesmo tempo oportuniza aos indivíduos, a luta pela autorrealização e conquista de sonhos, à medida que se veem como os próprios responsáveis por evitar privações econômicas, superando (ainda que parcialmente) seus próprios problemas.

Como sugere Fontes (2023), esses indivíduos, que podem ser chamados de empreendedores periféricos, se veem como um grupo particular. Grupo este, que escolheu esse caminho, enxergando-o como tabua de salvação, uma forma de potencializar e aliar parte de suas vocações com a recompensa financeira em curto prazo. Apesar de se sentirem marginalizados, de perceberem dificuldades, eles agem por necessidade e manifestam comportamentos e características similares aos que inovam por criatividade e por oportunidade (nos termos da literatura tradicional e de cunho mais tecnicista do empreendedorismo), buscam suas melhoras, acreditando estar superando obstáculos sociais e econômicos para alcançar um nível de sucesso relativo (Fontes, 2023).

O CASO DO FESTEJO DO GLORIOSO SÃO BERNARDO

O mês de agosto, no município de São Bernardo, demarca um momento distinto na experiência temporal comunitária: o tempo do festejo, que ocorre entre os dias 10 e 20 de agosto em comemoração ao Santo São Bernardo, padroeiro do município. A festa é organizada pelos próprios moradores mais antigos, devotos, leigos da paróquia e autoridades eclesiais. Sua programação religiosa engloba missas, novenários, peregrinações, leilões, batizados, casamentos, primeira eucaristia, pagamentos de promessas ao Santo, levantamento do Mastro, festas sociais e procissão (Oliveira & Viana, 2012).

O festejo conta com intensa participação local. Há toda uma programação voltada para os peregrinos, através de grupos de acolhimento, hospedagens e momentos propícios dedicados à oração e inclusão deles na festa. Nesse período, diversos devotos vão agradecer pelos milagres ao “Santo” e/ou fazer novas promessas para serem pagas nos anos vindouros. No tempo do festejo, o fluxo populacional destoa do cotidiano do município (Oliveira & Viana, 2012).

Caminhões, ônibus e carros de passeios trazem peregrinos, visitantes e moradores de várias localidades da região. Alguns destes realizam o percurso a pé e mesmo a cavalo. Além da participação dos populares em momentos centrais do festejo, é todo o espaço urbano que se dinamiza. Diuturnamente, as ruas ficam movimentadas. Na fala de seus moradores, “As ruas do centro antigo se enchem de brilho, as casas ganham novas cores”, “barracas com suas bebidas e jogos são montados nos becos e esquinas”. Botecos e botequins feitos de palha de buriti preparam o ambiente festivo para receber seus frequentadores em busca de conversas e prosas, esquecendo por um instante as dificuldades do dia a dia. Camelôs e vendedores ambulantes circulam pela cidade vendendo objetos e artigos religiosos, dentre eles a imagem do “Padroeiro”, despertando assim, o interesse dos devotos e peregrinos que querem levar uma lembrança do evento (Oliveira & Viana, 2012).

Para Santos (2021), a festa do padroeiro é considerada por representantes locais (políticos, religiosos) e a sociedade bernardense em geral, uma impulsionadora do turismo religioso na região, pelo número expressivo de pessoas que acumula em torno de si, apadrinhando a expansão da fé e o aquecimento da economia local. A imagem a seguir ilustra a procissão de São Bernardo e o levantamento do mastro.

Figura 1- Ilustrações do Festejo do Glorioso São Bernardo



Fonte: Santos (2021)

As ilustrações na Figura 1 sugerem o intenso fluxo de pessoas que participam do evento e acabam por alterar o próprio dinamismo da cidade.

CARACTERÍSTICAS E COMPORTAMENTOS DO SER EMPREENDEDOR

Embora não se possa garantir que características e comportamentos sejam fatores decisivos para o sucesso dos empreendedores na condução de seus negócios, é possível prever com base em apreensão de tendências de perfis e percepções pessoais, a elaboração de estratégias e políticas de intervenção relevantes para potencializar o



processo e a intenção empreendedora no contexto de dinamização econômica das localidades (Carneiro et al., 2017). Isso também pode contribuir para a geração de programas de formação de empreendedores mais eficientes, com vista a alcançar melhores índices de desenvolvimento humano e sustentável.

O indivíduo empreendedor, de acordo com Schaefer e Minello (2016), é o ator, o agente de mudança e, como tal, é capaz de inovar, de resolver problemas e de absorver oportunidades, acompanhando o processo evolutivo do mundo contemporâneo. Compreender o empreendedorismo, portanto, não se caracteriza apenas como uma forma de conhecer, mas, também, como um modo de ser (Schaefer & Minello, 2017).

O comportamento do empreendedor foi investigado a fim de serem entendidas quais as principais características que norteiam suas iniciativas e quais atitudes se encontram relacionadas aos empreendedores de sucesso. Na sociedade, o empreendedor não representa um ator social estático, eles representam seres dinâmicos, capazes de se adaptar a realidades dinâmicas e constantemente alteráveis em função de pressões e demandas diversas (Krüger, 2017; Krüger & Ramos, 2020).

Empreendedores podem ser entendidos como pessoas, indivíduos que possuem necessidade de realização e movem esforços para alcançá-las. Este comportamento empreendedor varia de acordo com a maneira que o indivíduo interpreta o ambiente. Ou seja, de acordo com o conhecimento de um determinado tipo de mercado, o empreendedor elabora um produto ou processo. É válido evidenciar ainda, que são inúmeros os debates sobre um indivíduo nascer ou não com características empreendedoras, ou desenvolvê-las ao longo do tempo (Lima & Nassif, 2017).

McClelland (1972, 1978, 1987) estudou a relação entre a motivação para empreender e a necessidade de realização, sendo esta uma característica preponderante nos empreendedores bem-sucedidos. Este autor visualiza os empreendedores como seres diferenciados e passou a estudar suas características, bem como criar meios de desenvolvê-las nas pessoas. As pesquisas de McClelland (1972) atingiram 34 países, formalizando 10 características comportamentais empreendedoras (CCE), comumente identificadas em pessoas de sucesso, dando origem a metodologia Empretec, replicada em 39 países e aplicada no Brasil pelo Serviço Brasileiro de apoio à Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE.

Tais características são agrupadas em três conjuntos de ações, sendo eles: 1) o conjunto de realização, que inclui a busca de oportunidade e iniciativa, persistência, comprometimento, exigência de qualidade e eficiência, correr riscos calculados; 2) o conjunto de planejamento, incluindo as características: estabelecimento de metas, busca de informações, planejamento e monitoramento sistemático e 3) o conjunto de poder, incluindo as características de persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança. O quadro 1 apresenta Características e Comportamentos Empreendedores (CCE).

**Quadro 1 - Características e Comportamentos Empreendedores (CCE)**

CCE	Descrição dos comportamentos associados
CONJUNTO DE REALIZAÇÃO	
Busca de oportunidades e iniciativa	Age com proatividade, antecipando-se às situações. Busca a possibilidade de expandir sua ideia de negócios. Aproveita oportunidades incomuns para progredir.
Persistência	Não desiste diante dos obstáculos. Reavalia e insiste ou muda seus planos para superar objetivos. Esforça-se além da média para atingir seus objetivos.
Correr riscos calculados	Procura e avalia alternativas para tomar decisões. Busca reduzir chances de erro ou problemas. Aceita desafios moderados, com boas chances de sucesso.
Comprometimento	Traz para si mesmo as responsabilidades sobre sucesso e fracasso. Atua em conjunto com outras pessoas para atingir objetivos e resultados. Coloca o relacionamento com os clientes acima das necessidades de curto prazo.
Exigência de qualidade e eficiência	Melhora continuamente seu negócio ou seus produtos. Satisfaz e excede as expectativas dos clientes. Cria procedimentos para cumprir prazos e padrões de qualidade.
CONJUNTO DE PLANEJAMENTO	
Estabelecimento de metas	Persegue objetivos desafiantes e importantes para si mesmo. Tem clara visão de longo prazo. Cria objetivos mensuráveis, com indicadores de resultado.
Busca de informação	Envolve-se pessoalmente na avaliação de seu mercado. Investiga sempre como oferecer novos produtos e serviços. Busca a orientação de especialistas para decidir.
Planejamento e monitoramento sistemáticos	Enfrenta grandes desafios, agindo por etapas. Adequa rapidamente seus planos às mudanças e variáveis de mercado. Acompanha os indicadores financeiros e os leva em consideração no momento de tomada de decisão.
CONJUNTO DE PODER	
Persuasão e rede de contatos	Cria estratégias para conseguir apoio para seus projetos. Obtém apoio de pessoas chave para seus objetivos. Desenvolve redes de contatos e constrói bons relacionamentos comerciais.
Independência e autoconfiança	Confia em suas próprias opiniões mais do que nas dos outros. É otimista e determinado, mesmo diante da oposição. Transmite confiança na sua própria capacidade.

Fonte: SEBRAE (2017)



Essas características e comportamentos podem ser observadas também no contexto do empreendedorismo informal, sendo que neste caso, as características que se relacionam ao conjunto planejamento tendem a ser realçadas de forma menos expressiva.

DIFICULDADES E DESAFIOS ENFRENTADOS NA CONDUÇÃO DE NEGÓCIOS INFORMAIS

Dentre as principais dificuldades e entraves relatados por empreendedores informais no Brasil, destacam-se o domínio de técnicas de produção mais específicas em conformidade com a execução das atividades principais, a falta de conhecimento especializado de gestão financeira, de planejamento estratégico, de gestão de marketing de produtos vendidos e serviços ofertados, de gestão da informação obtida junto a clientes, fornecedores e concorrentes (Passos, Tavares, & Brito, 2021).

Muitos empreendedores não conseguem distinguir despesas do negócio com despesas pessoais, não sabem tomar decisões com base em registros, porque muitas vezes sequer registram dados relativos à execução das atividades. A condução dos negócios informais ocorre predominantemente de forma intuitiva, com base na intuição e experiência. Sendo assim, programas de capacitação para os comerciantes informais universitários constituem uma necessidade, objetivando aumentar a compreensão deste público sobre temas e necessidades mais específicas (Passos, Tavares, & Brito, 2021).

METODOLOGIA

Tipologia da pesquisa

Esta pesquisa adota um enfoque descritivo e exploratório de natureza qualitativa, executada por meio de um estudo de campo e revisão de literatura para elaboração do problema e referencial teórico. Por natureza, o estudo lida essencialmente com a interpretação e análise de relatos e experiências de pessoas - chaves. Optou-se, então, pelo método de história de vida. Tal método está contido na abordagem qualitativa do tipo biográfica, na qual o pesquisador escuta, por meio de várias entrevistas não diretas, gravadas ou não, o relato da história de vida de alguém que a ele se conta. Nesse processo, a relação entre pesquisador e a personagem que narra sua história é um ponto essencial e só acontece na presença de um vínculo de confiança mútua que é construído ao longo de um processo (Nogueira et al., 2017).

Tal método requer por parte do pesquisador, um mergulho analítico a fim de se identificar no material ouvido, transcrito e criticamente analisado, as pistas que o ajudarão a tentar responder sua(s) questão(-ões) de pesquisa. Teixeira et al. (2019), complementa que o método história de vida parte do pressuposto que os conhecimentos sobre os indivíduos só são possíveis com a descrição da experiência humana, tal como ela é vivida, sentida e definida por seus próprios atores. O procedimento básico de coleta de dados no método de história de vida consiste em uma entrevista aberta, que será gravada sob o consentimento dos entrevistados.

Lócus e participantes da pesquisa

Sede da Região de Planejamento do Delta do Parnaíba, o município de São Bernardo, com extensão territorial de 1.006,920 km², está localizado no estado do

Maranhão, a 370 km da capital São Luís. Limita-se ao Norte com os municípios de Araiões, Água Doce do Maranhão e Tutóia; ao Sul com Santa Quitéria e com águas do Rio Parnaíba; a Leste com Magalhães de Almeida e a Oeste com Santana do Maranhão (Mapa 1).

Figura 2 - Localização de São Bernardo (MA)



Fonte: Coutinho e Lima (2019)

A cidade de São Bernardo, que é relativamente pequena, teve sua autonomia política em 30/07/1859 e está inserida na mesorregião Leste maranhense, na microrregião Baixada Parnaíba maranhense. Trata-se de uma localidade marcada historicamente pelos interesses escravocratas e que se manteve em isolamento por muitos anos, apesar de sua localização, nos dias de hoje, ser considerada estratégica, dada a sua proximidade a destinos turísticos consolidados, que compõe a Rota das Emoções, a exemplo de Parnaíba (PI) e Jericoacoara (CE).

Segundo estimativas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, em 2022, São Bernardo contava com uma população de 26.943 habitantes, vivendo principalmente em área rural. O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,572, tem crescido nos últimos anos (IBGE, 2022), coincidindo com o aumento anual das taxas relativas ao empreendedorismo informal. Em relação aos aspectos econômicos, predominam os setores de comércio e serviços, porém, outras atividades podem ser destacadas, como a agricultura, a pecuária e a indústria extrativa.

A formação da cidade se deu com a vinda dos padres jesuítas, que chegaram no século XVIII com o intuito de catequizar os índios da região. Batizaram, então, o rio da cidade com o nome Buriti e o nome “São Bernardo” corresponde ao santo católico que a comunidade homenageia no festejo no mês de agosto” (IBGE, 2022). O município possui uma forte relação com o sagrado, particularmente da religião católica, caracterizado pela realização de eventos religiosos que atraem um público expressivo de visitantes anualmente. Dentre eles destacam-se os festejos do mês de agosto, o evento em comemoração ao aniversário da cidade e os festejos juninos.



Em relação à delimitação dos participantes do estudo, a fim de cumprir os objetivos propostos, partiu-se da premissa de que quando se trabalha com o método entrevista em profundidade, apreendendo aspectos das histórias de vida, não existe uma determinação rígida quanto ao número mínimo de pessoas a serem entrevistadas (Nogueira et al., 2017; Teixeira et al., 2019). Além do mais, por ser esta uma pesquisa qualitativa, que busca compreender aspectos relacionados a comportamentos e percepções de empreendedores informais, considera-se que o número de participantes constitui uma amostra não probabilística ou não representativa da população-alvo na cidade, lócus da investigação (Aires, 2021).

Como critérios de inclusão dos participantes, destacam-se: a) moradores de São Bernardo que trabalhem como vendedores ambulantes durante a realização do Festejo do Glorioso São Bernardo; b) trabalhadores autônomos de ramos diversos ou prestadores de serviços, não formalizados pela Junta do Comércio, que exerçam atividades com fins lucrativos durante a realização do evento, ainda que não residam em São Bernardo; c) o tempo de atuação como empreendedor(a) do negócio informal durante a realização do referido evento deve ser igual ou superior a três anos e d) um (a) participante pode indicar outro (a). Foram excluídos desse grupo de participantes, trabalhadores que embora reúnam as condições de inclusão ou participação na pesquisa, tenham se recusado a prestar informações e\ou a participar do estudo.

A coleta de dados da pesquisa foi realizada com abordagem pessoal direta a empreendedores gerentes de negócios informais situados na Cidade de São Bernardo-MA, sendo as mesmas prospectadas de forma aleatória em ambiente presencial ou virtual, mais precisamente por meio de redes sociais *Facebook, LinkedIn e Whatsapp*. As selecionadas, desde que cumprissem todos os critérios de inclusão previamente estabelecidos, foram convidadas a participar do estudo, recebendo os devidos esclarecimentos. A participação das pessoas no estudo ficou condicionada à aceitação do convite por sua livre e espontânea vontade. Os participantes foram também consultados quanto à possibilidade de gravação da entrevista realizada via *Google Meet*.

Sendo um estudo exploratório e descritivo de natureza qualitativa, a pesquisa fez uso de entrevista. Um roteiro de entrevista com questões-chave para desenvolver em profundidade histórias de vida dos participantes, realçar aspectos do empreendedorismo inerentes a suas trajetórias, anseios, dificuldades e percepções, enquanto empreendedores de negócios informais.

Instrumento e técnicas de coleta de dados

O instrumento de coleta de dados escolhido neste estudo foi um roteiro de questões, enquanto a técnica de coleta dos dados foi a entrevista em profundidade. A depender dos relatos, pode-se formular novas questões ou tecer comentários para esclarecer ou aprofundar determinado ponto. O que convém destacar como ponto mais importante desta abordagem, portanto, é que a entrevista não é determinada a priori pelos pesquisadores por meio de perguntas padronizadas e/ou previamente formuladas, mas sim pelos informantes: o modo como eles selecionam, interpretam, valorizam e transmitem suas experiências de vida (Nogueira et al., 2017; Teixeira et al., 2019). Para além do roteiro de questões, um *check list* contendo comportamentos agrupados por características pessoais empreendedoras integrará o instrumento de coleta de dados primários desta pesquisa. Cada participante fez uma autoavaliação de seu perfil com relação a identificação de características empreendedoras. Tal instrumento de coleta de dados foi elaborado com base no referencial teórico apresentado.



Análise dos dados

Após a coleta dos dados por meio do roteiro semiestruturado de questões abertas e fechadas, que guiaram as entrevistas gravadas (sob consentimento dos participantes). A técnica de análise adotada nesta pesquisa é a análise de conteúdo, a partir da perspectiva de Bardin (2016), abrangendo as etapas: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação (Bardin, 2016), que traz uma metodologia analítica bem estruturada e centralizada. Assim, almeja-se apreender a visão, o entendimento e análise de perfil e respostas dos entrevistados, favorecendo uma discussão mais sólida a respeito da temática abordada, a partir do momento em que confrontamos os dados e informações empíricas coletadas com a literatura sobre o tema.

Questões e procedimentos éticos

A realização do estudo conta com a análise crítica das implicações práticas e teórico-acadêmicas. Os participantes da pesquisa foram conscientizados a respeito dos objetivos e contribuições esperadas. Da mesma forma, foram esclarecidos quanto aos protocolos de ética e segurança adotados para proteger o uso das informações prestadas.

No que diz respeito à componente ética da pesquisa, este estudo obedecerá aos princípios éticos estabelecidos pelo Conselho Nacional de Saúde - CNS, em respeito pelas pessoas, beneficência e justiça. Assim, será tomada como base a Resolução nº 510, de 07 de abril de 2016⁹, que dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais cujos procedimentos metodológicos envolvam a utilização de dados diretamente obtidos com os participantes ou de informações identificáveis ou que possam acarretar riscos maiores do que os existentes na vida cotidiana.

RESULTADOS

ANÁLISE DO PERFIL DOS TRABALHADORES INFORMAIS

As mulheres representam cerca de 71% do total de trabalhadores informais entrevistados. Ou seja, dos sete participantes, 2 são do gênero masculino e 5, do feminino. Este total não corresponde a uma amostra representativa da população bernardense, composta majoritariamente por homens, segundo último Censo (IBGE, 2022). Mesmo assim, o percentual mais expressivo de mulheres como líderes de negócios informais na cidade não deixa de ser um dado curioso, neste caso.

Quanto à faixa etária, a maioria dos entrevistados declarou possuir idade, que varia entre 25 e 47 anos. Sendo que, deste grupo, houve uma predominância de jovens com idade igual ou inferior a 40 anos. O entrevistado mais velho tem 46 anos e o mais novo, 26.

Em relação ao nível de instrução, notou-se uma diversidade entre os entrevistados. 2 declararam ter ensino fundamental completo, 3 declararam ser artesãos

⁹ Maiores informações podem ser consultadas através do link: <http://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2016/Reso510.pdf>



com o ensino médio completo e 2 declararam ter superior completo. Apenas um dos entrevistados declarou não residir na cidade.

Dos sete trabalhadores entrevistados, a maioria (4) declarou que iniciou suas atividades recentemente, há pouco mais de três anos (2020) e isso se deu no contexto da pandemia de COVID-19. Os demais disseram que já atuam como trabalhadores autônomos no Festejo de São Bernardo há mais de 10 anos. Esse dado é curioso e demonstra a importância econômica do festejo para a região. Todos os entrevistados declararam ter iniciado as atividades de seus negócios no contexto do festejo, mas não têm se limitado ao período do evento.

Os negócios informais envolvem a produção e venda de materiais religiosos e acessórios em crochê, artesanato em feltro, alimentos e bebidas, iguarias locais, cosméticos e outros utensílios. Quanto ao número de colaboradores envolvidos em cada negócio informal, a maioria (4) afirmou que trabalhava sozinho, 1 conta com o apoio de mais 4 colaboradores e 2 atuam em parceria com mais outra pessoa.

CARACTERÍSTICAS DO PERFIL EMPREENDEDOR, PONTOS POSITIVOS E DESAFIOS MAIS REALÇADOS

Ao serem questionados sobre como surgiu a ideia do negócio e como tem sido percorrer todo o caminho, enquanto empreendedor (a) informal até hoje, foi possível destacar os seguintes trechos das falas dos entrevistados:

Quadro 2 - Origem dos negócios segundo os entrevistados

“Sempre tive jeito e vontade de vender produtos e surgiu essa oportunidade aí arrisquei e tá sendo ótimo porque é de onde estou praticamente tirando meu sustento até agora”	(Entrevistado 1)
“Olha eu comecei lá atrás foi pra ter uma renda extra, mas desde a pandemia, vi que poderia mudar, investir e me dedicar mais (...) e desde então, as vendas melhoraram muito, trabalho com encomendas e pronta entrega, as redes sociais me ajudam muito a deixar meu trabalho mais a vista de um público maior”	(Entrevistado 2)
“Surgiu durante a pandemia pela necessidade de preencher meu tempo durante o isolamento (...) e depois se tornou uma das minhas fontes de renda (...). O caminho tem sido de muito aprendizado até hoje”.	(Entrevistado 3)
“Comecei porque perdi meu emprego na época, trabalhava no comércio e deram minhas contas (...) aí apareceu essa oportunidade de comprar meu primeiro carrinho de pipoca que é um dos principais sustentos da minha família”.	(Entrevistado 4)
“Eu era empregada doméstica e decidi sair do emprego, não estava dando certo mais e então, surgiu a oportunidade de trabalhar por conta própria com cosméticos, vi que daria mais dinheiro e comecei a investir”.	(Entrevistado 5)
“Surgiu diante das dificuldades mesmo e por eu estar muito tempo desempregada”.	(Entrevistado 6)
“Surgiu como uma forma de ganhar mais (...) eu vi que poderia ir para frente (...) eu trabalhava de carteira assinada e depois que engravidei vieram mais despesas e já não tava dando para pagar”.	(Entrevistado 7)

Fonte: Elaboração própria (2023).

Pelos recortes das falas, pode-se perceber que a iniciativa de abertura e manutenção dos negócios informais se dá de forma intuitiva e se caracteriza como sendo



um empreendedorismo muito mais de necessidade. Isto é, pouco pautado em estratégias de planejamento e numa situação em que decisões não são tomadas com base em registros ou outras evidências mais formais, mas moldado pela experiência de vida do indivíduo e pelo seu desejo de suprir necessidades financeiras mais básicas em curto prazo. Esse dado se alinha ao que fora previsto por autores como Fontes (2023), Souza (2023), Alves (2020), Antunes (2018), Tavares (2018) e Passos, Tavares e Brito (2021). Não diferente do que acontece em outras cidades brasileiras e mesmo noutros países em vias de desenvolvimento, observamos no contexto local a predominância de aspectos do empreendedorismo por necessidade (Passos, Tavares, & Brito, 2021).

Quando questionados sobre os aspectos positivos e pontos fortes de cada negócio informal, os entrevistados destacaram principalmente: o sentir satisfação pelo que fazem, o retorno do investimento em pouco tempo, a liberdade e autonomia de trabalhar com o que gosta e sabe fazer, a possibilidade de desenvolver resiliência face às dificuldades diárias, a facilidade de ampliar saberes, rede de contatos e interações com pessoas e organizações, apoio na forma de cursos e orientações ofertados por bancos e entidades. As falas a seguir evidenciam isso:

Quadro 3 – Aspectos positivos do negócio, segundo os entrevistados

“Um dos aspectos positivos são as redes sociais (<i>Whatsapp e Instagram</i>) que ajudam bastante na divulgação do meu produto”.	(Entrevistado 2)
“Ser dono do próprio negócio nos dá a oportunidade de trabalhar no horário que desejamos”.	(Entrevistado 3)
“Descobri um amor por peças da maternidade (...) já pude conhecer histórias incríveis dos clientes”.	(Entrevistado 6)

Fonte: Elaboração própria (2023).

Essas falas reforçam em partes as características como busca de iniciativas e oportunidades, persistência, comprometimento como características mais destacadas pelos entrevistados. Por outro lado, também realçam as narrativas repletas de subjetividades, que os indivíduos constroem. Na tentativa de driblar adversidades, os sujeitos desenvolvem resiliência, aprendem e conseguem emocionalmente se envolver com o negócio e relações sociais estabelecidas a partir dele. Muitos se sentem assim realizados com o que fazem (Fontes, 2023; Alves, 2020).

Quanto às principais dificuldades e problemas que têm enfrentado para permanecer na condição de donos do próprio negócio, os entrevistados afirmaram:

Quadro 4 – Dificuldades na condução do negócio, segundo os entrevistados

“Acredito que a maior dificuldade é não ter um apoio maior dos órgãos públicos, que poderiam oferecer um espaço para os artesãos da região a dificuldade de participar das feiras”.	(Entrevistado 3)
“O apoio dos órgãos municipais. Nesse caso, com espaço para exposição e ajuda na divulgação”.	(Entrevistado 4)
“Algumas pessoas não dão valor ao nosso serviço”.	(Entrevistado 5)
“Alguns prejuízos, acontece muito sabe por vender com pagamento para pagar depois, às vezes a pessoa não paga e fico no prejuízo”.	(Entrevistado 6)

Fonte: Elaboração própria (2023).

Como mostram as falas, a falta de apoio por parte dos órgãos públicos, a falta de um mecanismo ou padrão, capaz de garantir a sustentabilidade financeira do negócio



foram destacadas como as principais dificuldades percebidas. A expansão do negócio é uma possibilidade, que se realçou como um sonho para alguns, sendo necessário, para isso, ter acesso a crédito, obter apoio principalmente na forma de recursos financeiros e ampliar conhecimentos para alcançar esse objetivo (Antunes, 2018; Tavares, 2018). Outros obstáculos e desafios percebidos pelos empreendedores informais foram os de abraçar novas oportunidades de negócios e a própria gestão e controle de suas finanças. A dificuldade de tomar decisões com base em registros financeiros, correndo riscos calculados e a capacidade de estabelecer e monitorar metas se revelaram também implicitamente como dificuldades (Passos, Tavares & Brito, 2021).

Após a análise das respostas fornecidas pelos entrevistados, foram identificadas diversas características e comportamentos empreendedores que se destacaram na condução de seus negócios informais. Dentre elas, podemos mencionar a busca de oportunidades e iniciativa, onde os entrevistados demonstraram agir proativamente, antecipando-se às circunstâncias e tomando ações para expandir seus negócios em áreas, produtos ou serviços novos. Além disso, eles aproveitam oportunidades que consideram fora do comum, para comprar equipamentos e alguma forma de assistência para seus negócios.

Uma característica não observada foi a disposição para correr riscos calculados. Os empreendedores informais avaliam alternativas superficialmente e calculam riscos de forma muito mais intuitiva do que deliberada e mobilizam poucos esforços assertivos para reduzir ou controlar esses riscos.

Em compensação, comportamentos que fazem referência à característica de exigência de qualidade e eficiência foram claramente observados pelos entrevistados. Eles buscam constantemente maneiras de melhorar, ainda que agindo apenas com base na intuição, tornando as coisas mais rápidas, mais baratas ou que satisfaçam os gostos dos clientes. Aqui, cabe destacar um padrão resultante das próprias condições limitantes de acesso ao conhecimento, um direito que os indivíduos têm, mas que acaba por ser comprometido, dada a pouca ou quase nenhuma intervenção do Estado para lhes ceder garantia e proteção (Antunes, 2018; Tavares, 2018; Alves, 2020; Souza, 2023).

A persistência foi outra característica nitidamente presente nas falas dos entrevistados. Eles se reconhecem como pessoas que encaram obstáculos significativos e agem repetidamente ou adaptam suas estratégias para enfrentar desafios e dificuldades. O comprometimento também foi um aspecto importante na condução dos negócios informais. Os empreendedores atribuem a si mesmos e a seus comportamentos as causas de seus sucessos e fracassos, assumindo a responsabilidade pessoal pelo que fazem. Além disso, colaboram com seus auxiliares, se colocando no lugar deles, se necessário para concluir tarefas e se esforçam para manter clientes satisfeitos, mesmo que em curto prazo não tenham o retorno financeiro desejado.

Dentre as principais dificuldades na condução do negócio informal foram mencionadas direta ou indiretamente, a falta de recursos financeiros, a falta de acesso a crédito, a concorrência desleal, a falta de infraestrutura adequada, a burocracia excessiva, a falta de capacitação e treinamento específico, o risco constante de fiscalização e autuação pelos órgãos reguladores.

Por outro lado, os pontos favoráveis do negócio informal podem incluir a flexibilidade de horários, a autonomia e liberdade na tomada de decisões, a possibilidade de iniciar o empreendimento com baixo investimento e ter retorno relativamente rápido, a capacidade de expandir os contatos pessoais e desenvolver proximidade com os clientes e a oportunidade de oferecer produtos ou serviços



personalizados, em conformidade com seus gostos e preferências (Alves, 2020; Souza, 2023; Fontes, 2023).

Uma sugestão para potencializar a melhoria das condições de trabalho dos vendedores ambulantes e trabalhadores na condição de empreendedores informais em São Bernardo, é investir em campanhas para incentivar a regularização e legalização da atividade, simplificando o processo de obtenção de licenças e alvarás, sensibilizando e esclarecendo os trabalhadores quanto aos benefícios e garantias da formalização do negócio. Além disso, é importante oferecer mais capacitações em empreendedorismo e gestão básica, proporcionar espaços adequados para venda, como feiras livres e estabelecer programas de apoio técnico e financeiro, como linhas de crédito, para incentivar o crescimento e aprimoramento dos negócios. Ademais, em consonância com Alves (2020), observa-se como sendo fundamental, promoção da conscientização da população sobre a importância dos vendedores ambulantes e garantir a fiscalização para assegurar a segurança tanto dos trabalhadores quanto dos consumidores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho cumpriu o objetivo de mostrar perspectivas e desafios do empreendedorismo de negócios informais criados em decorrência do principal festejo religioso da cidade de São Bernardo-MA. Tais perspectivas e desafios repletos de significados para os trabalhadores, realçaram uma mescla de aspectos alusivos principalmente as abordagens do tipo comportamental e crítica dos estudos de empreendedorismo, contemplados nos relatos dos entrevistados. Nesse sentido, observamos que a narrativa teórica do empreendedorismo focada em aspectos abstratos próprios de contextos mais desenvolvidos, em que imperam sinais de um capitalismo inovador, não é totalmente alheia à realidade investigada. O empreendedorismo local informal se dá muito mais por necessidade de sobrevivência dos trabalhadores (sujeitos tidos como periféricos, desempregados etc.) do que por capacidades dinâmicas, decorrentes do acesso ao conhecimento sobre inovação e criatividade. Nisso, os resultados se mostraram em consonância com a realidade de outros contextos no Brasil e mesmo noutros países em vias de desenvolvimento.

Através da análise do perfil empreendedor e das perspectivas dos trabalhadores informais, foi possível identificar características e comportamentos que mais se destacam nesse contexto, bem como os aspectos favoráveis e desfavoráveis que reconhecem na condução dos seus negócios. O perfil dos trabalhadores informais revelou uma faixa etária predominantemente entre 25-47 anos, com representação tanto do sexo feminino quanto masculino, sendo que mulheres representam grande maioria. Além disso, a maioria reside na cidade de São Bernardo e houve variações em relação ao nível de formação/instrução desses trabalhadores informais, embora a maioria tenha dito ter cursado o ensino médio completo. Essa variedade de perfis reflete a natureza inclusiva e acessível do empreendedorismo informal, que permite que pessoas de diferentes níveis de instrução, perspectivas e experiências possam buscar realização pessoal de alguma forma, na tentativa de manter ou expandir atividades no contexto de seus negócios informais.

Dentre as características e comportamentos empreendedores mais realçados nos trabalhadores informais, destacam-se a busca de oportunidades e iniciativa, persistência, o comprometimento, a exigência de qualidade e eficiência, a busca por desenvolver autonomia, independência e ampliação da rede de contatos. Essas características, em consonância com o que a literatura técnica e/ou tradicional



considera como sendo fundamental para a condução bem-sucedida de um negócio informal, permitindo que os empreendedores se adaptem às circunstâncias, enfrentem desafios, busquem constantemente melhorias e assim, desenvolvam resiliência e autonomia, reconhecendo-se como realizados, à medida que se veem como os principais responsáveis pelo contorno ou superação (ainda que parcial) de seus problemas, sobretudo os de ordem financeira.

Com efeito, os trabalhadores informais enfrentam várias dificuldades, ameaças e obstáculos em suas empreitadas. A falta de recursos financeiros, a falta de acesso a crédito, a concorrência desleal, a falta de infraestrutura adequada na cidade, a burocracia excessiva, a falta de capacitação e treinamento específico, a dificuldade em encontrar clientes e a sensação de ameaça constante de fiscalização e autuação pelos órgãos reguladores são algumas das principais dificuldades e desafios enfrentados e esses dados confirmam pressupostos teóricos e evidências empíricas de estudos anteriores.

O estudo trouxe importantes contributos acadêmicos, ao buscar conciliar aspectos das abordagens comportamental, prática e crítica, confrontando dados teóricos com empíricos. Confirmou assim, que muitas características e comportamentos do ser empreendedor realçadas na literatura de cunho mais tecnicista não parece ser ao todo alheia ao perfil de trabalhadores que costumeiramente lidam e reagem, buscando superar (ainda que parcialmente) adversidades no contexto laboral, tido como precário pelos mais críticos. O empreendedorismo informal acaba por se realçar como mecanismo para potencializar nos indivíduos resiliência humana. Um caminho escolhido enxergado por eles como tabua de salvação, uma forma de potencializar e aliar parte de suas vocações com a recompensa financeira em curto prazo.

Como uma das principais limitações teórico-metodológicas, destacamos o fato de a pesquisa empírica, se valendo da abordagem meramente qualitativa, ter envolvido um limitado número de participantes, o que dificulta a generalização dos resultados e mesmo comparações com outros contextos. Oportunamente, autoridades locais, representantes do Poder Público poderiam ter sido envolvidos para tornar a discussão e resultados mais ricos. Contudo, valendo-se das informações aqui apresentadas, outros trabalhos podem se debruçar a desenvolver estudos com abordagem quali-quantitativa, envolvendo diferentes *stakeholders*. Também seria oportuno refletir sobre estratégias, por meio da pesquisa ação, capazes de estimular e promover maior envolvimento, ativismo e protagonismo dos trabalhadores informais.

Para potencializar a melhoria das condições de trabalho desses indivíduos em São Bernardo, uma das alternativas estratégicas, possíveis e alcançáveis em curto prazo, seria os próprios trabalhadores investir na criação e fortalecimento de cooperativas ou associações, para facilitar o processo de regularização, legalização da atividade, obtenção de licenças e alvarás, seguindo as recomendações de autoridades competentes. Isso viabilizaria o acesso a garantias e direitos básicos (a exemplo da aposentadoria, auxílios e seguros). Além disso, seria interessante também que as autoridades governamentais fizessem parcerias com instituições de ensino e pesquisa (escolas e universidade), entidades de apoio, para o desenvolvimento de ações locais de extensão, capazes de conscientizar e promover a ampliação de conhecimento sobre gestão. A oferta de capacitações em empreendedorismo, inovação e gestão básica, bem como a própria criação de políticas de assistência direta aos trabalhadores, prevendo, inclusive a cessão de espaços com infraestruturas mais adequadas e salutar para venda e o estabelecimento de programas de apoio técnico e financeiro, como linhas de crédito mais específicas para cada tipo de negócio.



Também é fundamental repensar novas formas de mais efetivamente promover a conscientização da população (incluindo vendedores e consumidores) sobre a importância da fiscalização para assegurar a segurança e garantia de direitos e deveres sociais. Essas medidas contribuirão para valorizar e profissionalizar a atuação dos empreendedores informais, estimulando o crescimento econômico da cidade.

No entanto, é importante ressaltar que as sugestões apresentadas são apenas algumas possibilidades de melhorias e que é necessário estudos mais críticos e aprofundados, como também, estímulos para a promoção de um diálogo contínuo com os trabalhadores informais para identificar as melhores soluções para cada caso específico.

Em suma, o estudo realizado permitiu compreender melhor o perfil empreendedor e as perspectivas dos trabalhadores informais no contexto do turismo religioso em São Bernardo - MA. Essas informações são fundamentais para promover a valorização e o desenvolvimento desse setor, contribuindo para o crescimento econômico e melhorias nas condições de vida dos trabalhadores informais da cidade. Por meio da implementação de medidas adequadas e do apoio necessário, é possível fortalecer o empreendedorismo informal por meio de parcerias, envolvendo entidades governamentais e criar um ambiente mais favorável à formalização e sucesso desses negócios, coincidindo com a melhoria da qualidade de vida dos trabalhadores.

REFERÊNCIAS

Aires, J. D. M. (2021). *Avaliação de dinâmicas e orientações para a medição da inovação empresarial no turismo*. Tese (Doutorado em Turismo) - Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo, Universidade de Aveiro. Aveiro, 340f. <http://hdl.handle.net/10773/31508>

Albino, R. (2022). *Digitalização de Negócios: Vantagens e Desvantagens do Empreendedorismo Informal*. Cadernos de Investigação do Mestrado em Negócio Eletrónico, [S. l.], 2(1). <https://www.iscap.pt/ebusiness-rj/index.php/mne-rj/article/view/227>

Almeida, L. L. Silva de; Enoque, A. G.; & Borges, A. F. (2019). Empreendedorismo de Festas Populares: uma Análise do Modelo de Dimensões Proposto por Zeny Rosendahl para o Estudo de Festas Religiosas Católicas. *Teoria e Prática em Administração*, 9(2), 1-13.

<https://doi.org/10.21714/2238-104X2019v9i2-42107>

Alves, M. A. D. A. (2020). Sobrevivência ambulante no espaço urbano: Informalidade e trabalho na Feira José Avelino, em Fortaleza-Ceará. Tese (Doutorado em Sociologia) - Departamento de Sociologia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza. 318f.

https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=10613693

Antunes, Ricardo. (2018). *O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital*. São Paulo: Boitempo.



Buser. (2023). Turismo religioso no Brasil: qual a sua relevância para o setor? Buser. 7 de outubro de 2020. <https://blog.buser.com.br/eventos/turismo-religioso-no-brasil/>. Acessado em: 19 de junho de 2023

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. 3 reimpressão da 1ª edição (Tradução: Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro). São Paulo: Edições 70.

Carneiro et al. (2014). Avaliação das condições higiênico-sanitárias durante a produção e comercialização de cachorro-quente, por vendedores ambulantes, no município de Belo Horizonte. *Higiene Alimentar*, 28, 67-72. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/vti-341044>

Correa, B. N. (2021). Turismo religioso em decadência: repercussões socioeconômicas da prisão do médium João de Deus no município de Abadiânia / GO. 43 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo) - Universidade de Brasília, Brasília. <https://bdm.unb.br/handle/10483/29854>

Coutinho, A. C. A.; Lima, M. V. V. (2019). *Inventário e diagnóstico turístico: microrregião do Baixo Parnaíba Maranhense*. São Bernardo: Novas Edições Acadêmicas.

Fontes, L. O. (2023). A emergência do empreendedorismo periférico: a formação de novas subjetividades em meio ao mercado, ao Estado e a sociedade nas margens urbanas. *SciELO Preprints*. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.6817>

Krüger, C. (2017). *Educação Empreendedora: características e atitudes de discentes e docentes* (Dissertação de mestrado). Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil. https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/18615/DIS_PPGADMINISTRACAO_2016_KRUGER_CRISTIANE.pdf?sequence=1

Krüger, C.; Ramos, L. F. (2020). Comportamento empreendedor, a partir de características comportamentais e da intenção empreendedora. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 9(4), 528-555. <https://doi.org/10.14211/regepe.v9i4.1544>

Lima, L. G., & Nassif, V. M. J. (2017). Semelhanças entre teoria social cognitiva, capital psicológico e comportamento empreendedor: uma reflexão teórica. *Revista Gestão e Planejamento*, 18, 369-385. <https://doi.org/10.21714/2178-8030gep.v18.4517>

Mcclelland, D. C. (1972). *A sociedade competitiva: realização e progresso social*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura.

Mcclelland, D. C. (1978). *Managing motivation to expand human freedom*. *American Psychologist*, 33(1), 201-210. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.33.3.201>

Mcclelland, D. C. (1987). Characteristics of Successful Entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, 21(3), 219-233. <https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.1987.tb00479.x>



Nogueira, M. L. M., Barros, V. A., Araujo, A. D. G., & Pimenta, D. A. O. (2017). O método de história de vida: a exigência de um encontro em tempos de aceleração. *Pesquisas e Práticas Psicosociais*, 12(2). http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-89082017000200016&lng=pt&tlng=pt.

Oliveira, R., & Viana, K. (2012). Festejo de São Bernardo: memória e representação. *Anais dos Simpósios da ABHR, [S. l.]*, 13. <https://revistaplura.emnuvens.com.br/anais/article/view/418>.

Passos, M. E. A., Tavares, L. F., & Brito, J. A. D. (2021). Comércio informal de doces: desafios para os jovens universitários empreendedores. *Revista Mangút: Conexões Gastronômicas*, 1(2), 84-97. <https://revistas.ufrj.br/index.php/mangut/article/view/41881>

Santos, M. A. S. *O festejo do padroeiro de São Bernardo - MA: (re)arranjos e permanências em tempos de pandemia*. 2021. 121f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) - Universidade Federal do Maranhão, São Bernardo, 2021.

Schaefer, R., & Minello, I. F. (2016). Educação Empreendedora: Premissas, Objetivos e Metodologias. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 10(3), 60-81. <https://doi.org/10.12712/rpca.v10i3.11270>

Schaefer, R., & Minello I. F. (2017). A Formação de Novos Empreendedores: Natureza da Aprendizagem e Educação. *Revista da Micro e Pequena Empresa FACCAMP*, 11(3), 2- 20, 2017. <https://doi.org/10.21714/19-82-25372017v11n3p220>

SEBRAE. (2017). *Perfil do Microempreendedor Individual*. Brasília.

Souza, H. C. de. (2023). O Empreendedorismo e suas principais vertentes teóricas: uma visão crítica. *Revista Estudos e Pesquisas em Administração*, 7(1), 71-98. <https://doi.org/10.30781/repad.v7i1.14558>

Tavares, Maria Augusta. (2018). O empreendedorismo à luz da tradição marxista. *Em Pauta - Teoria social e realidade contemporânea*, 41(16), 107-121. <https://doi.org/10.12957/rep.2018.36687>

Teixeira, M. B. M., & Campos, R. C. L., & Carmo, L. J. O. (2019). O método história de vida nas pesquisas de administração. *REPAAE-Revista de Ensino e Pesquisa em Administração e Engenharia*, 5(2), 45-63. <https://doi.org/10.51923/repae.v5i2.168>

Cronologia do Processo Editorial

Editorial Process Chronology

Recebido em: 28/09/2023

Aprovado em: 05/12/2023

Received in: September 28, 2023

Approved in: December 05, 2023