



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS DE SÃO BERNARDO
COORDENAÇÃO DO CURSO DE TURISMO

GABRIELA DOS SANTOS COSTA

**EMPREENDEDORISMO INFORMAL A PARTIR DO CONTEXTO DE TURISMO
RELIGIOSO:** análise de perfil e perspectivas de vendedores ambulantes no festejo
de São Bernardo – MA.

SÃO BERNARDO – MA
2023

GABRIELA DOS SANTOS COSTA

EMPREENDEDORISMO INFORMAL A PARTIR DO CONTEXTO DE TURISMO

RELIGIOSO: análise de perfil e perspectivas de vendedores ambulantes no festejo de São Bernardo - MA.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal do Maranhão, Centro de Ciências de São Bernardo, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof^ª. Dra Jussara Danielle Martins Aires.

SÃO BERNARDO – MA
2023

FICHA CATALOGRÁFICA

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

DOS SANTOS COSTA, GABRIELA.

EMPREENDEDORISMO INFORMAL A PARTIR DO CONTEXTO DE
TURISMO RELIGIOSO: : análise de perfil e perspectivas de
vendedores ambulantes no festejo de São Bernardo MA /
GABRIELA DOS SANTOS COSTA. - 2023.

36 f.

Orientador(a): Prof^a. Dra Jussara Danielle Martins
Aires.

Curso de Turismo, Universidade Federal do Maranhão, São
Bernardo - MA, 2023.

1. Empreendedorismo informal. 2. Oportunidade de
negócio no Festejo de São Bernardo. 3. Perfil. I.
Danielle Martins Aires., Prof^a. Dra Jussara. II. Título.

**EMPREENDEDORISMO INFORMAL A PARTIR DO CONTEXTO DE TURISMO
RELIGIOSO:** análise de perfil e perspectivas de vendedores ambulantes no festejo
de São Bernardo - MA.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal do Maranhão, Centro de Ciências de São Bernardo, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof^ª. Dra Jussara Danielle Martins Aires.

Aprovada em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª Dra Jussara Danielle Martins Aires (Orientadora - UFMA)

Prof. Dr. Josenildo Campos Brussio (Membro interno - UFMA)

Prof. Dr. César Roberto Castro Chaves (Membro interno - UFMA)

AGRADECIMENTOS

Mais uma etapa vencida e agradeço primeiramente a Deus pelas incontáveis vezes que não me deixou desistir.

A minha família quero aqui deixar minha eterna gratidão pelo apoio, por nunca me deixar desanimar e estar comigo sempre na alegria e na tristeza. Aqui dedico a minha mãe, Maria José Cardoso, meu pai Francisco das Chagas e meus irmãos Caroline Santos, Gabriel Santos e a toda minha família Cleneido Ramos, Juliana Lima, Julielson e especial meu avô José de Rocha e outros que não menciono, mas recordo em ter recebido ajuda deles.

Aos meus amigos da faculdade, que sempre me ajudaram diretamente: Daniele Alves, Isaias Lopes, Jaqueline Gonçalves e Karolyne Marques. Sempre serei grata por tudo.

Ao meu noivo, Daniel Alves da Silva, que dedicou seu tempo para me fazer feliz tantas vezes quando pensei que era o fim. Peço desculpas por muitas vezes estar ausente. Serei sempre grata!

A instituição pela oportunidade e profissionalismo e a minha prezada orientadora, Dra. Jussara Danielle Martins, pela sua dedicação, paciência e compreensão comigo. Sou realizada pela pessoa que me tornei, não poderia ser diferente. O mais importante é nunca esquecer de quem me ajudou no caminho. Grata por tudo!

EMPREENDEDORISMO INFORMAL A PARTIR DO CONTEXTO DE TURISMO RELIGIOSO: análise de perfil e perspectivas de vendedores ambulantes no festejo de São Bernardo - MA.

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 corrobora na construção de um cenário de oportunidades no campo mercadológico empreendedor, 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 cidade há pelo menos três anos. O tratamento dos dados contou com as técnicas 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, 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 alguns dos principais dificuldades e desafios e 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; empreendedorismo informal; oportunidade de negócio no Festejo de São Bernardo.

INFORMAL ENTREPRENEURSHIP FROM THE CONTEXT OF RELIGIOUS TOURISM: profile analysis and perspectives of street vendors at the festival of São Bernardo - MA.

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 São Bernardo. The organisation of this Catholic event in Maranhão contributes to the construction of a scenario of opportunities in the entrepreneurial market, while at the same time contributing to the dissemination and continuity of the popular culture and tradition of the city of São Bernardo. 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 techniques (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. Lack of financial resources, lack of access to credit, unfair competition, lack of adequate infrastructure in the city, excessive bureaucracy, lack of specific training, 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 they face. 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; Informal entrepreneurship; business opportunity at Festejo de São Bernardo.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|---|----|
| Quadro 1 - Características e Comportamentos Empreendedores (CCE)..... | 14 |
| Quadro 2 – Origem dos negócios segundo os entrevistados)..... | 20 |
| Quadro 3 – Aspectos positivos do negócio, segundo os entrevistados..... | 21 |
| Quadro 4 – Dificuldades na condução do negócio, segundo os entrevistados..... | 21 |
| Figura 1 - Ilustrações do Festejo do Glorioso São Bernardo..... | 16 |
| Figura 2 - Localização de São Bernardo (MA)..... | 21 |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----|
| 1. INTRODUÇÃO | 9 |
| 2. TURISMO RELIGIOSO COMO IMPULSIONADOR DO EMPREENDEDORISMO INFORMAL | 11 |
| 2.1 O caso do festejo do Glorioso São Bernardo | 12 |
| 2.2 Características e comportamentos do ser empreendedor..... | 14 |
| 2.3 Dificuldades e desafios enfrentados na condução de negócios informais | 17 |
| 3. METODOLOGIA | 18 |
| 3.1 Tipologia da pesquisa..... | 18 |
| 3.2 Lócus e participantes da pesquisa | 18 |
| 3.3 Instrumento e técnicas de coleta de dados | 19 |
| 3.4 Análise dos dados | 219 |
| 3.5 Questões e procedimentos éticos | 22 |
| 4. RESULTADOS | 23 |
| 4.1 Análise do perfil dos trabalhadores informais..... | 23 |
| 4.2 Características do perfil empreendedor, pontos positivos e desafios mais realçados | 24 |
| 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 28 |
| REFERÊNCIAS..... | 28 |

1. 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 a aspectos socioeconômicos, parece haver um consenso de que a realização de tais eventos corrobora na construção de um cenário de oportunidades no campo mercadológico empreendedor, sobretudo do tipo informal, 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 (ALBINO, 2022) apresenta índices altos no Brasil e, nos últimos anos, indicadores como estes, têm se mostrado cada vez mais expressivos na cidade de São Bernardo¹-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 (IBGE, 2022), coincidindo com o aumento anual das taxas relativas ao empreendedorismo informal.

¹ 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.

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. O terceiro capítulo, apresenta os aspectos metodológicos, que incluem a tipologia do estudo, aspectos sobre o seu lócus e participantes, o instrumento, bem como as técnicas de coleta e de análise de dados, bem como as questões e procedimentos éticos da pesquisa. O quarto capítulo 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.

2 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 R\$ 15 bilhões 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 domésticas².

As festas populares de cunho religioso funcionam como um mecanismo impulsionador da criação de negócios e fator gerador de satisfação de necessidades, 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).

. Nesse contexto, o turismo religioso se realça como potencializador de fontes de renda, renda e alternativas à população. Ele se mostra uma modalidade 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 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).

²**Turismo 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.

Como consta em Buser³ (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 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. Alguns encontram no contexto do evento, uma oportunidade de inclusive expandir e formalizar do ponto de vista legal, tais negócios⁴.

2.1 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

³Informação 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.

⁴SEBRAE: 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.

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.

2.2 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 e 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 as características 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).

Quadro1: 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.

2.3 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 a 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).

3 METODOLOGIA

3.1 Tipologia da pesquisa

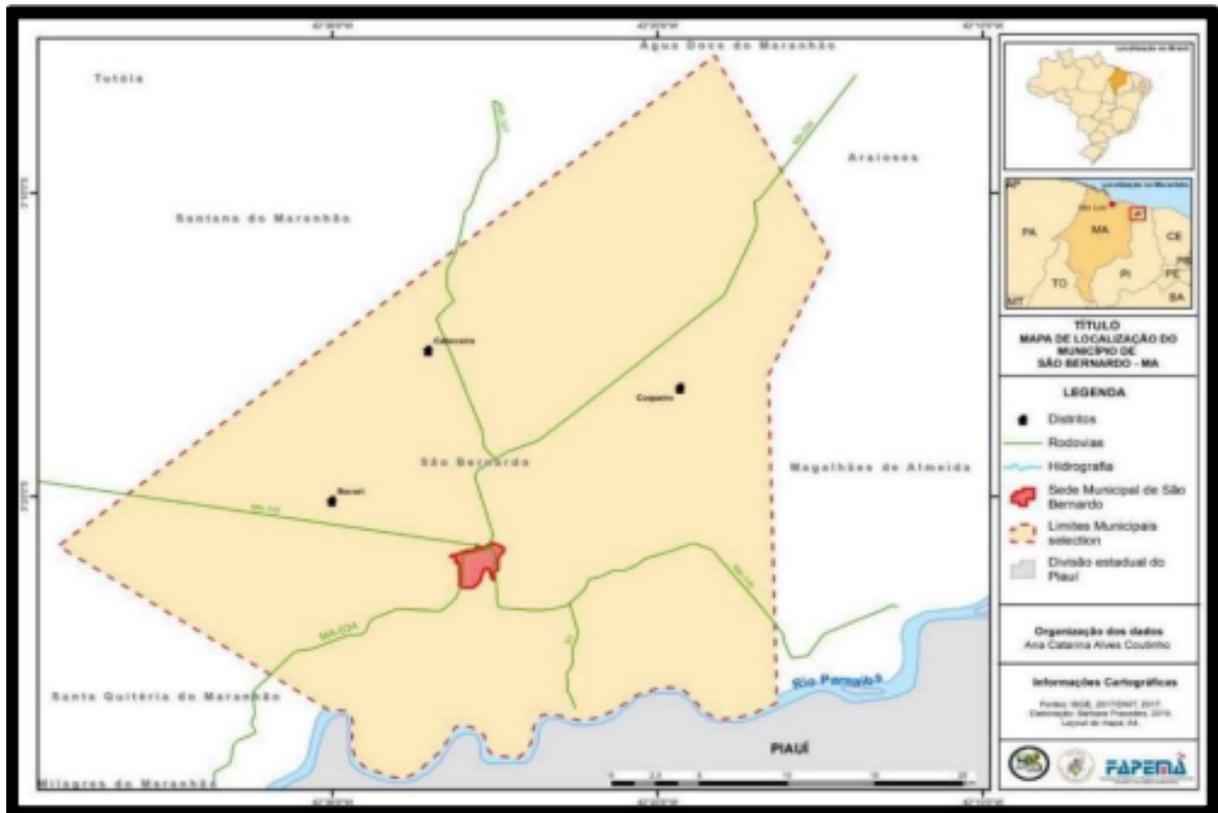
Esta pesquisa adota um enfoque descritivo e exploratório de natureza qualitativa, executada por meio de um estudo de campo e revisão de literatura para elaboração do problema e referencial teórico. Por natureza, o estudo lida essencialmente com a interpretação e análise de relatos e experiências de pessoas-chaves. 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 diretivas, 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.

3.2 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 km, ²está localizado no estado do Maranhão, a 370 km da capital São Luís. Limita-se ao Norte com os municípios de Araiases, 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.

3.3 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 (Apêndice A). 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.

3.4 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.

3.5 Questões e procedimentos éticos

A realização do estudo conta com a análise crítica das implicações práticas e teórico-acadêmicas. 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 n° 510, de 07 de abril de 2016⁵, 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.

⁵ Maiores informações podem ser consultadas através do link:
<http://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2016/Reso510.pdf>

4 RESULTADOS

4.1 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 artesãs 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) declararam que iniciaram 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.

4.2 Características do perfil empreendedor, pontos positivos e desafios mais realizados

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 pedi 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, surgiu a oportunidade de trabalhar com cosméticos, vi que daria 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 em curto prazo. O empreendedorismo por necessidade é predominante no Brasil (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 (Whatsapp e Instagram) 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.

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 tem 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, as 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. 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, tornando as coisas mais rápidas, mais baratas ou que satisfaçam gostos dos clientes.

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.

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, é fundamental promover a conscientização da população sobre a importância dos vendedores ambulantes e garantir a fiscalização para assegurar a segurança tanto dos trabalhadores quanto dos consumidores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho nos permitiu constatar que o empreendedorismo de negócios informais no contexto do turismo religioso na cidade de São Bernardo - MA apresenta perspectivas e desafios significativos para os trabalhadores. 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 são fundamentais para a condução bem-sucedida de um negócio informal, permitindo que os empreendedores se adaptem às circunstâncias, enfrentem desafios e busquem constantemente a melhoria.

No entanto, os trabalhadores informais também enfrentam 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.

Para potencializar a melhoria das condições de trabalho dos vendedores ambulantes em São Bernardo, sugere-se investir na regularização e legalização da atividade, simplificando o processo de obtenção de licenças e alvarás. Além disso, é importante oferecer capacitações em empreendedorismo e gestão básica, proporcionar espaços com infraestruturas mais adequadas para venda e estabelecer programas de apoio técnico e financeiro, como linhas de crédito mais específicas para cada tipo de negócio.

Também é fundamental promover a conscientização da população sobre a importância dos vendedores ambulantes e garantir a fiscalização para assegurar a segurança tanto dos trabalhadores quanto dos consumidores. Essas medidas contribuirão para valorizar e profissionalizar os 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 um estudo mais aprofundado e 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.

REFERÊNCIAS

AIRES, J. D. M. **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. 2021.

ALBINO, R. Digitalização de Negócios: Vantagens e Desvantagens do Empreendedorismo Informal. *Cadernos de Investigação do Mestrado em Negócio Eletrónico*, [S. l.], v. 2, n. 1, 2022. DOI: 10.56002/ceos.0047_cimne_1_2. Disponível em: <https://www.iscap.pt/ebusiness-rj/index.php/mne-rj/article/view/227>. Acesso em: 16 jun. 2023.

ALMEIDA, Lorrana Laila Silva de; ENOQUE, Alessandro Gomes; BORGES, Alex Fernando. 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*, v. 9, n. 2, p. 1-13, 2019.

BUSER. 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.

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

CARNEIRO, A. C. L. L. et al. Avaliação das condições higiênico-sanitárias durante a produção e comercialização de cachorro-quente, por vendedores ambulantes, no município de Belo Horizonte. *Higiene Alimentar*, v. 28, p. 67-72, 2014.

CORREA, Bárbara Nauane. **Turismo religioso em decadência**: repercussões socioeconômicas da prisão do médium João de Deus no município de Abadiânia/GO. 2021.

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

KRÜGER, C. **Educação Empreendedora**: características e atitudes de discentes e docentes (Dissertação de mestrado). Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil, 2017.

KRÜGER, Cristiane; RAMOS, Lucas Feksa. Comportamento empreendedor, a partir de características comportamentais e da intenção empreendedora. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 9, n. 4, p. 528-555, 2020.

LIMA, L. G.; NASSIF, V. M. J. Similitudes entre teoria social cognitiva, capital psicológico e comportamento empreendedor: uma reflexão teórica. *Revista Gestão e Planejamento*, Salvador, v. 18, p. 369-385, jan./dez. 2017.

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

MCCLELLAND, D. C. Managing motivation to expand human freedom. *American Psychologist*, Washington, 33(1), 201-210, 1978.

MCCLELLAND, D. C. Characteristics of Successful Entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, 21(3), 219-233, 1987.

NOGUEIRA, M. L. M.; BARROS, V. A. de; ARAUJO, A. D. G.; PIMENTA, D. A. O. O método de história de vida: a exigência de um encontro em tempos de aceleração. **Pesquisas e Práticas Psicossociais** v.12, n. 2, maio-agosto de 2017.

OLIVEIRA, R.; VIANA, K. Festejo de São Bernardo: memória e representação. **Anais dos Simpósios da ABHR**, [S. l.], v. 13, 2012. Disponível em: <https://revistaplura.emnuvens.com.br/anais/article/view/418>. Acesso em: 16 jul. 2023.

PASSOS, M. E. A.; TAVARES, L. F. e BRITO, J. A. D. Comércio informal de doces: desafios para os jovens universitários empreendedores. *Revista Mangút: Conexões Gastronômicas*. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1, n.2, p. 84-97, dez. 2021.

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. Educação Empreendedora: Premissas, Objetivos e Metodologias. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 10(3), 60-81, 2016.

SCHAEFER, R.; MINELLO I. F. A Formação de Novos Empreendedores: Natureza da Aprendizagem e Educação. *Revista da Micro e Pequena Empresa FACCAMP*, 11(3), 2- 20, 2017.

SEBRAE. **Perfil do Microempreendedor Individual**. Brasília, 2017.

TEIXEIRA, M. B. M.; CAMPOS, Rita de Cassia L.; CARMO, L. J. O. O método história de vida nas pesquisas de administração. **REPAE-Revista de Ensino e Pesquisa em Administração e Engenharia**, v. 5, n. 2, p. 45-63, 2019.

APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA

Este é um convite para você participar da pesquisa intitulada: **“Empreendedorismo informal em contexto de turismo religioso: análise de perfil e perspectivas de vendedores ambulantes no Festejo de São Bernardo - MA”**, como trabalho final para a conclusão do curso de Bacharelado em Turismo, da Universidade Federal do Maranhão, da aluna Gabriela dos Santos Costa, a ser desenvolvida sob a orientação da Prof.^a Dr.^a. Jussara Danielle Martins Aires. O trabalho tem como objetivo principal avaliar perfil e perspectivas de empreendedores de negócios informais no contexto do festejo do Glorioso São Bernardo.

Sua participação é voluntária, o que significa que você poderá desistir a qualquer momento, retirando seu consentimento, sem que isso lhe traga nenhum prejuízo ou penalidade, inclusive quando não se sentir à vontade na resposta de perguntas de caráter obrigatório. Todas as informações coletadas serão utilizadas apenas para fins acadêmicos e mantidas em absoluto sigilo, assegurando assim sua confidencialidade e privacidade dos que tomarem parte na pesquisa. Os dados poderão ser utilizados durante encontros e debates científicos e publicados, preservando o anonimato das participantes. Desde já, agradecemos sua valiosa contribuição.

Parte I – Informações básicas

1. Dados da entrevista

- 1.1- Nº _____ 1.2- Data: _____
1.3- Hora: _____ 1.4 Duração _____
1.5- Gravada? Sim () Não ()

2. Dados pessoais das participantes da pesquisa

- 2.1- Gênero:
2.2- Idade:
2.3- Tempo de serviço como empreendedor informal
2.4- Tempo de serviço como empreendedor informal no festejo
2.5- Nível de formação/instrução:

2.6 – Reside em SB? Sim () Não ().

3. Dados referentes às características do negócio

3.1- Ano de início da atividade:

3.2-Região/localização geográfica:

3.3 Ramo de atividade principal:

3.4- Número de colaboradores envolvidos informalmente_____

Parte II – Questões-chave para desenvolver histórias de vida das participantes

4° Poderia contar como surgiu a ideia do negócio e como tem sido percorrer todo esse caminho, enquanto empreendedor(a), informal até hoje?

5° No seu percurso ao longo desses anos como empreendedor(a) informal, que aspectos positivos e pontos fortes destacaria?

6° O que me diz a respeito das principais dificuldades e problemas que tem enfrentado para permanecer nessa condição de dona do seu próprio negócio informal aqui nesta cidade?

7° Pretende expandir o seu negócio? Como pretende fazer isso?

8° Que obstáculos e desafios, percebe que precisam ser superados para o alcance de seus sonhos e ideais como empreendedor?

Parte III - Check List de características e comportamentos do perfil empreendedor

Assinalar com um (x), comportamentos contemplados, a partir das falas ou conforme autoavaliação dos participantes

Busca de Oportunidades e iniciativa

- () Faz as coisas antes de solicitado ou antes de forçado pelas circunstâncias
- () Age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços
- () Aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter

financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência

Correr riscos calculados

- () Avalia alternativas e calcula riscos de forma consciente
- () Age para reduzir os riscos ou controlar resultados e problemas
- () Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados

Exigência de qualidade e eficiência

- () Encontra maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápido ou mais barato
- () Age de maneira a fazer coisas que satisfaçam ou excedam padrões de excelência
- () Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que atenda a padrões de qualidade previamente combinados

Persistência

- () Age diante de um obstáculo significativo
- () Age repetidamente ou muda de estratégia para enfrentar desafios| obstáculo
- () Faz um sacrifício ou um esforço extraordinário para completar uma tarefa

Comprometimento

- () Atribui a si mesmo e a seu comportamento as causas de seus sucessos e fracassos e assume a responsabilidade pessoal pelo que faz
- () Colabora com os empregados ou coloca-se no lugar deles, se necessário, para terminar uma tarefa
- () Esforça-se para manter os clientes satisfeitos e coloca a boa vontade a longo prazo acima do lucro a curto prazo

Busca de informações

- () Dedicar-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores ou concorrentes
- () Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou proporcionar um serviço novo ou melhor
- () Consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial

Estabelecimento de metas

- Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal
- Tem visão de longo prazo, clara e específica
- Estabelece objetivos de curto prazo, mensuráveis

Planejamento e monitoramento sistemático

- Planeja dividindo tarefas de grande porte em (sub)tarefas com prazos definidos
- Constantemente revisa seus planos levando em consideração os resultados obtidos e mudanças circunstanciais
- Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões

Persuasão e rede de contatos

- Utiliza estratégias conscientes para influenciar ou persuadir os outros
- Utiliza pessoas - chave como agentes para atingir seus próprios objetivos
- Age para desenvolver e manter relações pessoais e profissionais

Independência e autoconfiança

- Busca autonomia em relação a normas e controle de outros
- Mantém seu ponto de vista, mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores
- Expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio

Outras características e comportamentos observados? Em caso afirmativo, especificar.

Espaço reservado para comentários adicionais (Preenchimento opcional)
