



Mercados de rua: ações de fortalecimento do empreendedorismo para o desenvolvimento local sustentável

Clesiane de Oliveira Carvalho

(Universidade Federal de São João del-Rei / ccarvalho@ufs.edu.br)

Maria Luíza Leite Soares

(Universidade Federal de São João del-Rei / lololiza.29@gmail.com)

Gabriela de Moura Maia

(Universidade Federal de São João del-Rei / gabimaia216@gmail.com)

Pedro Henrique Oliveira Camargo

(Universidade Federal de São João del-Rei / pedrohcamargo29@icloud.com)

Danilo Bossatto Vettoraci

(Universidade Federal de São João del-Rei / danilobossatto@gmail.com)

RESUMO: O artigo apresenta o relato de um projeto de extensão da Universidade Federal de São João del-Rei que integra ensino, pesquisa e extensão por meio da construção coletiva de conhecimentos com empreendedores do mercado de rua, como feirantes, artesãos, camelôs e ambulantes de São João del-Rei-MG. O objetivo é fortalecer o empreendedorismo local e contribuir para o desenvolvimento sustentável da região. Inicialmente, foi realizado um diagnóstico das condições de trabalho desses empreendedores e, posteriormente, foram promovidas atividades de capacitação e orientação em gestão de negócios, visando aprimorar a produção, a comercialização e a geração de renda. Os resultados indicam que o comércio ambulante constitui uma importante fonte de sustento para muitas famílias, embora os trabalhadores enfrentem desafios como instabilidade de renda, dificuldade de conquistar clientes, limitações na localização dos pontos de venda e baixa participação em associações ou formas de organização coletiva. Também foi identificado que parte significativa dos negócios opera de forma informal. Além disso, os entrevistados demonstraram interesse em receber apoio em marketing e divulgação para fortalecer seus empreendimentos. Esses achados evidenciam a relevância de políticas públicas e ações extensionistas voltadas à capacitação, formalização e fortalecimento desses negócios, contribuindo para o desenvolvimento econômico local.

PALAVRAS-CHAVE: Mercado de rua, Empreendedorismo, Gestão, Desenvolvimento local.



1. Introdução

No que se refere aos formatos de comercialização, um dos mais antigos e que permanece vivo até os dias atuais são as feiras livres e os mercados de rua. No Brasil, as feiras possuem mais de três séculos de tradição, com maior expressão nas regiões Nordeste, Norte e Sudeste. Estima-se a existência de aproximadamente 30 mil feiras livres em funcionamento no país, que variam em tamanho e periodicidade. Mais da metade da população urbana frequenta esses espaços regularmente, o que evidencia sua importância social e econômica. As feiras livres desempenham papel fundamental na dinamização da economia local, ao gerar empregos e criar oportunidades de negócio para pequenos comerciantes, agricultores e artesãos. Atualmente, cerca de 1,5 milhão de pessoas trabalham nesse segmento em todo o país.

Para além de sua função econômica, esses espaços constituem verdadeiros palcos da cultura popular, nos quais se revelam práticas e saberes locais e nacionais, manifestos em comidas típicas, artesanato, pintura, crochê, bordado, entre outras expressões artísticas. Dessa forma, as feiras não apenas cumprem a função de locais de comercialização, mas também se apresentam como expressões da arte popular e da criatividade humana.

Os mercados de rua configuram-se como arranjos sociais que se concretizam nos espaços públicos por meio da transformação e ressignificação das vias urbanas, podendo se instalar em praças, pontos turísticos ou até mesmo em ambientes educacionais, como os campi universitários. Nos mercados de rua encontramos os "empreendimentos caseiros" construídos à margem da regularização formal e alguns inclusive informais, equilibrados por meio de negociações cotidianas com clientes, fornecedores, parceiros de trabalho, concorrentes, poder público, entre outros.

Os empreendimentos caseiros são organizações localmente geridas e operadas geralmente por um único proprietário que inicia o negócio como forma de gerar, complementar ou substituir a renda que possuem (Holt, 1992). São empreendimentos que competem com o comércio varejista, lojistas, mercados e supermercados e mesmo assim resistem ao tempo, o que reforça seu papel econômico, social e cultural.

Nesse contexto, torna-se essencial que esses microempreendedores sejam das feiras ou dos mercados de rua como um todo desenvolvam capacidades e habilidades de gestão para garantir a competitividade de seus negócios, ainda que não possua formação técnica ou acadêmica. Considerando a relevância de compreender e apoiar essa realidade, esse projeto elegeu como objeto de investigação os empreendedores de rua da cidade de São João del-Rei, com o propósito de implementar ações voltadas ao fortalecimento do empreendedorismo e à promoção do desenvolvimento local sustentável. Num primeiro momento, o projeto não contemplará as feiras, que serão incluídas em uma segunda etapa.

São João del-Rei é caracterizada pelo seu acervo cultural, histórico e artístico. Sendo a maior cidade setecentista do estado de Minas Gerais. Está localizada no Campos das Vertentes, a cerca de 185 km da capital mineira, com uma população de aproximadamente 90 mil habitantes. A cidade é um importante centro turístico, atraindo visitantes de todo o Brasil e do mundo. Na cidade, os empreendedores de rua desempenham um papel crucial em várias dimensões da vida social, econômica e cultural, onde alguns desses espaços de mercado se tornaram ponto de convergência da população interiorana. São espaços de encontro,



promovendo a interação social entre os moradores da comunidade e até mesmo os turistas, o que fortalece os laços sociais.

Nos mercados de rua, manifestam-se diversas expressões culturais, representadas pelos artesanatos, produtos da terra, comidas típicas e trabalhos artísticos que refletem a identidade local. Em uma cidade turística, essas expressões assumem papel fundamental, pois fortalecem a cultura regional, ampliam as opções de lazer e contribuem para a valorização das artes. Assim, esses espaços configuram-se como elementos essenciais da vida urbana e rural, revelando não apenas a riqueza cultural, mas também as necessidades econômicas da população.

Há poucos estudos sobre os empreendedores que atuam nesses mercados, em grande parte devido à escassez de dados e pesquisas específicas acerca desses pequenos negócios. Nesse sentido, torna-se relevante desenvolver ações de suporte que envolvam diagnóstico, observação e capacitação, com o propósito de fortalecer o empreendedorismo e promover o desenvolvimento local sustentável. Além disso, é fundamental auxiliar esses trabalhadores na criação de alternativas para enfrentar os desafios vivenciados, enquanto aguardam medidas mais efetivas por parte do poder público.

O projeto de extensão tem como objetivo central promover a melhoria da renda dos empreendedores do mercado de rua de São João del-Rei, representados por artesãos, camelôs e ambulantes, por meio da qualificação de sua formação em aspectos considerados críticos da produção e da gestão do negócio. Para tanto, foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- Diagnosticar as condições de trabalho, as principais dificuldades e as necessidades de capacitação dos empreendedores do mercado de rua da cidade.
- Oferecer atividades de capacitação e orientação voltadas à gestão de negócios, incluindo temas como organização financeira, marketing, divulgação e relacionamento com clientes.
- Estimular o fortalecimento dos empreendimentos por meio da difusão de conhecimentos que contribuam para a melhoria da produção, da comercialização e da geração de renda desses trabalhadores.

A expectativa é que, por meio das ações propostas, seja possível fortalecer o empreendedorismo local, promovendo o desenvolvimento sustentável e contribuindo para a valorização da cultura e da economia da cidade, ao mesmo tempo em que se estabelece um diálogo contínuo entre acadêmicos, pesquisadores e comunidade.

2. Contexto e base teórica

O presente projeto de extensão foi aprovado, em 2025, no âmbito do Programa Institucional de Bolsas de Extensão da Universidade Federal de São João del-Rei (PIBEX/UFSJ). Suas atividades tiveram início em abril do mesmo ano e foram concluídas em março de 2026.

O projeto realizou o acompanhamento de 12 vendedores ambulantes atuantes na cidade de São João del-Rei, buscando compreender o perfil socioeconômico desses trabalhadores, as características de suas atividades e os principais desafios enfrentados no comércio de rua. Além da análise do perfil e das condições de trabalho desses empreendedores, o projeto também buscou propor ações voltadas à melhoria da gestão dos negócios desenvolvidos pelos vendedores ambulantes.



Nesse sentido, foram identificadas oportunidades de capacitação relacionadas ao modelo de negócio e ao processo de formalização, à gestão financeira, às práticas de vendas e negociação, bem como a estratégias de marketing. Essas ações têm como objetivo contribuir para o fortalecimento das atividades econômicas desses trabalhadores, favorecendo maior estabilidade de renda e ampliando suas possibilidades de desenvolvimento no contexto do comércio informal.

Assim, os resultados obtidos permitem compreender aspectos relevantes da dinâmica da economia informal no contexto urbano local, evidenciando como o empreendedorismo de pequena escala pode contribuir para a geração de renda, a inclusão produtiva e o fortalecimento do desenvolvimento local.

2.1 Empreendedorismo e desenvolvimento local

O empreendedor é aquele que desenvolve ideias e projetos e cria novos negócios, utilizando os recursos disponíveis e aproveitando as oportunidades ao seu redor. Segundo Dornelas (2012), o empreendedorismo envolve pessoas e processos que, de forma integrada, transformam ideias em oportunidades concretas. No contexto brasileiro, a crescente incerteza do mercado de trabalho, aliada ao desejo de autonomia e realização pessoal, tem impulsionado a atividade empreendedora, contribuindo para o aumento da taxa de empreendedorismo no país. Por meio da abertura de seus próprios negócios, as pessoas buscam maior independência profissional, mais controle sobre suas vidas e sobre o trabalho que realizam, ao mesmo tempo em que contribuem para a geração de emprego, desenvolvimento econômico local e inovação em diversos setores.

O empreendedor pode ser classificado em duas categorias distintas: empreendedores por necessidade e empreendedores por oportunidade. Os empreendedores por necessidade correspondem à parcela da população que se envolve em atividades empreendedoras devido à ausência de outras opções de trabalho (GEM, 2011). Já os empreendedores por oportunidade são aqueles que decidem iniciar um negócio não por falta de alternativas, mas por terem identificado uma oportunidade que desejam explorar (GEM, 2011). No Brasil, observa-se que o índice de empreendedorismo por necessidade é expressivamente elevado, refletindo desafios econômicos e sociais que impulsionam essa forma de iniciativa.

O empreendedorismo é considerado um importante motor para o desenvolvimento local, pois fomenta a geração de emprego, renda e inovação dentro de comunidades específicas. Segundo Santos e Pereira (2018), o estímulo ao empreendedorismo local não apenas fortalece a economia regional, mas também contribui para a coesão social e a valorização da identidade cultural das comunidades, promovendo a inclusão social, incentivando a participação ativa dos cidadãos na vida econômica e fortalecendo a capacidade das regiões de se desenvolverem de maneira sustentável e autônoma.

Pequenos negócios, como feiras, artesanato e comércios de rua, desempenham papel estratégico no desenvolvimento local, promovendo o crescimento econômico e incentivando a participação ativa da população na vida social e econômica do território. Além dos efeitos econômicos, o empreendedorismo local também exerce papel social significativo, estimulando a inclusão social, a valorização cultural e a coesão comunitária. Nesse sentido, mercados de rua e feiras livres não são apenas espaços de comercialização; eles se configuram como centros de interação social e cultural, fortalecendo a identidade local e contribuindo para o desenvolvimento humano.



O desenvolvimento local sustentável depende, portanto, da capacidade das comunidades de apoiar seus empreendedores por meio de políticas públicas que ofereçam capacitação, acesso a crédito, infraestrutura adequada e mecanismos de formalização dos negócios. Essas ações não apenas ampliam o impacto econômico do empreendedorismo, como também promovem a inclusão social e a valorização cultural (Drucker, 2014). Nesse contexto, o empreendedorismo local configura-se como uma ferramenta multifacetada, capaz de integrar dimensões econômicas, sociais e culturais, fortalecendo as comunidades e contribuindo para a construção de territórios mais resilientes e sustentáveis.

2.2 Dinâmica do empreendedorismo nos mercados de rua

Os mercados de rua têm papel essencial na geração de renda para os empreendedores e na dinamização da economia local. Segundo Sheth (2011), esse tipo de mercado é caracterizado pela presença de pequenos negócios, como produtores familiares, ambulantes, camelôs e artesãos. Devido à sua relevância na consolidação de práticas empreendedoras, esses ambientes demandam estudos sistemáticos (Sato, 2007). Conforme Siqueira e Guimarães (2002), fatores como o desemprego e as condições precárias de trabalho estimulam a criação de pequenos negócios, incluindo feirantes, camelôs e pequenos lojistas, muitos dos quais são responsáveis pela renda familiar. Além disso, grande parte desses empreendimentos permanece na informalidade devido à alta carga tributária, à burocracia governamental e aos encargos sociais.

Segundo Soto (2001), a falta de reconhecimento legal da propriedade nas economias informais impede que indivíduos e pequenos empreendedores acessem créditos e oportunidades de investimento. No contexto dos mercados de rua, a economia informal desempenha um papel vital. Muitas pessoas que trabalham nesses espaços não têm acesso a direitos de propriedade formais, o que limita seu potencial de crescimento e financiamentos. Soto (2001), defende que, ao formalizar essas atividades, os trabalhadores podem melhorar sua condição econômica, obter acesso a crédito e expandir seus negócios.

Ao entender a dinâmica dos mercados de rua sob a perspectiva de Soto (2001), podemos ver como a regulamentação e a formalização podem transformar a vida de milhares de pessoas, promovendo um ambiente mais favorável para o empreendedorismo e a inclusão econômica. A formalização poderia não apenas beneficiar os vendedores, mas também gerar receitas para o governo e melhorar a qualidade dos produtos e serviços oferecidos.

Jacobs (2011), ressaltava a importância de projetar espaços que fomentem a segurança e a vitalidade desses mercados de rua, por serem frequentemente locais de grande movimentação, podem revitalizar áreas urbanas, tornando-as mais atrativas e funcionais. As feiras livres e outros empreendimentos envolvidos no mercado de rua são exemplos de como os espaços públicos podem fortalecer as comunidades e enriquecer a vida urbana.

Esses espaços funcionam não apenas como locais de comércio, mas também como arenas de construção cultural e de fortalecimento da identidade local. Segundo Certeau (1994), as práticas cotidianas dos usuários, como a negociação, a troca de experiências e a socialização, são formas de resistência e criatividade diante das estruturas sociais e econômicas dominantes. Esses espaços promovem a troca cultural e a construção de laços comunitários, permitindo que as pessoas se conectem com suas raízes e construam uma identidade coletiva.

Bourdieu (1998), enfatizaria a importância do capital cultural e social que os participantes mobilizam. Por exemplo, alguns vendedores desses mercados de rua não apenas vendem produtos, mas também expressam conhecimento sobre sua cultura e tradição, contribuindo para a construção de um espaço onde saberes locais são valorizados. Além disso, para Bourdieu (1998), as feiras livres podem ser vistas como um espaço de prática, onde diferentes formas de capital se encontram. Os consumidores que frequentam essas feiras buscam não apenas produtos, mas também experiências e relações sociais que reforcem sua identidade. A interação entre vendedores e consumidores pode revelar hierarquias sociais, mas também a possibilidade de resistência e transformação.

3. Procedimentos Metodológicos / Descrição das Ações

As atividades iniciais do projeto de extensão foram realizadas por meio de visitas técnicas aos empreendimentos do mercado de rua da cidade de São João del-Rei. Durante essas visitas, os estudantes, juntamente com o professor responsável, tiveram a oportunidade de conhecer a trajetória de cada empreendimento, compreender seus processos produtivos e observar aspectos relacionados à gestão dos negócios.

Previamente, os acadêmicos e o docente elaboraram, de forma conjunta, um questionário detalhado, com foco no caráter didático das ações a serem desenvolvidas no projeto. Essa etapa inicial, denominada Avaliação Situacional (Oficina 01), contemplou o mapeamento dos participantes (Figura 1) e o início das visitas de campo para o levantamento de informações sobre os empreendimentos acompanhados.



Figura 1. Mapeamento dos participantes na região central de São João del-Rei
Fonte: Dados do projeto

Durante esse processo, foram identificados e mapeados alguns empreendedores que atuam no comércio de rua. No entanto, em razão das características próprias dessa atividade, marcada pela mobilidade, pela informalidade e pela dinâmica intensa de trabalho, nem todos os empreendedores abordados conseguiram responder ao questionário. Ainda assim, foi possível reunir informações relevantes junto aos participantes que colaboraram com a pesquisa, permitindo traçar um panorama inicial sobre a realidade desses trabalhadores e de



seus negócios. Ao final, 12 participantes contribuíram com as respostas e passaram a integrar o acompanhamento realizado pelo projeto.

Depois da aplicação dos questionários o grupo elaborou um relatório com os principais resultados da pesquisa, reunindo dados sobre o perfil dos ambulantes, características do trabalho desenvolvido, renda média, dificuldades enfrentadas e estratégias de comercialização utilizadas. Esse material foi produzido com o objetivo de compartilhar as informações com os próprios trabalhadores, uma vez que os entrevistados relataram não possuir dados sistematizados sobre o funcionamento e a dinâmica do mercado de rua no município. Dessa forma, o relatório buscou contribuir para ampliar o conhecimento dos próprios ambulantes sobre o contexto em que estão inseridos, fortalecendo sua capacidade de reflexão e organização.

A etapa seguinte do projeto, denominada Plano de Ação (Oficina 02), consistiu no retorno dos acadêmicos e professor aos empreendedores participantes. Nesse momento, foram socializados os resultados obtidos por meio do questionário aplicado na Avaliação Situacional e, de forma colaborativa, foi elaborado um plano de ação para enfrentar os principais gargalos identificados. O plano de ação a princípio envolveria a capacitação com atividades práticas in loco, que seriam ministradas pelos acadêmicos e professores.

O objetivo dessas capacitações eram atender as demandas específicas de cada empreendedor, configurando a etapa denominada Capacitações (Oficina 03). Essas capacitações foram distribuídas em quatro módulos, abordando as temáticas detalhadas no Quadro 1.

Quadro 1. Módulos de Capacitação - Oficina 03

Módulos	Atividades desenvolvidas
Módulo 01: Modelo de negócios e processo de formalização do negócio	A proposta deste módulo é introduzir a organização e a visualização do micro negócio de modo geral (apresentar etapas para formalização), além de cooperar para o desenvolvimento de produtos mais voltados para seu público alvo.
Módulo 02: Financeiro	Fornecer o conhecimento sobre gestão financeira, como ter controle de caixa e como calcular os custos e a precificação do produto.
Módulo 03: Vendas e Negociação	Ensinar técnicas para impulsionar as vendas, aprimorar a comunicação com os clientes e como criar habilidades para lidar com objeções e fechar acordos.
Módulo 04: A Importância do Marketing	Ensinar como a gestão de mídias sociais e produção de conteúdo é essencial para manter a marca do produto sempre atualizada.

Fonte: Elaborado pelos autores

O Quadro 1 apresenta os módulos formativos do projeto, que abrangem aspectos essenciais para o fortalecimento dos micros empreendimentos do mercado de rua. O Módulo 1 aborda o modelo de negócios e o processo de formalização, auxiliando os empreendedores a estruturarem suas atividades e desenvolverem produtos direcionados ao público-alvo. O Módulo 2 trata da gestão financeira, com ênfase no controle de caixa, cálculo de custos e precificação. O Módulo 3 dedica-se às técnicas de vendas e negociação, visando aprimorar a



comunicação com os clientes e a capacidade de lidar com objeções. Por fim, o Módulo 4 destaca a importância do marketing, especialmente no uso de mídias sociais e na produção de conteúdo para manter a marca atualizada e competitiva. Concluídas as capacitações, foram implementadas, quando necessário, alterações na dinâmica de produção ou na gestão dos negócios.

Nessa etapa de capacitação, observou-se dificuldade de participação por parte dos empreendedores do mercado de rua, principalmente em razão de seus horários de trabalho. Além disso, essa fase do projeto coincidiu com o período de eventos de final e início de ano (período de férias), quando a cidade recebe um número maior de turistas. Nesse contexto, os empreendedores intensificam suas atividades comerciais, o que acabou limitando sua disponibilidade para participar das ações de capacitação.

Como alternativa para ampliar o alcance das ações de capacitação, outra iniciativa prevista no projeto foi o desenvolvimento de materiais informativos e educativos abordando temas como formas simples de divulgação dos produtos, estratégias para atrair clientes, organização da exposição das mercadorias, relacionamento com consumidores e utilização básica de redes sociais para promoção dos negócios. Esses materiais foram pensados em uma linguagem acessível e prática, considerando a realidade e as necessidades do público atendido. Essa estratégia buscou facilitar o acesso dos empreendedores às orientações do projeto, permitindo que pudessem consultar os conteúdos de forma mais flexível, de acordo com sua disponibilidade de tempo.

Após a distribuição desses materiais e o compartilhamento das informações com os participantes, está prevista uma segunda etapa do projeto de extensão, na qual o grupo retornará aos empreendedores com o objetivo de acompanhar o processo de aprendizagem, verificar como os conteúdos estão sendo compreendidos e aplicados em seus negócios e esclarecer eventuais dúvidas específicas. Esse momento também permitirá reforçar as orientações apresentadas e promover um diálogo mais próximo com os participantes, contribuindo para tornar o processo de aprendizagem mais efetivo e alinhado às necessidades de cada empreendimento.

4. Resultados e impactos

4.1 Avaliação Situacional (Diagnóstico)

Em relação ao perfil dos entrevistados, observou-se predominância masculina, sendo que 83% dos ambulantes são homens. Esse resultado está alinhado com estudos sobre trabalho informal no Brasil, que apontam maior participação masculina em atividades de comércio ambulante. No que se refere à faixa etária, 45% dos entrevistados possuem mais de 50 anos, indicando que a atividade também representa uma alternativa relevante de geração de renda para trabalhadores mais velhos, especialmente aqueles que enfrentam maiores dificuldades de inserção ou permanência no mercado formal de trabalho. Quanto ao estado civil, 75% declararam ser solteiros, o que pode estar associado a diferentes trajetórias de vida e estratégias individuais de subsistência.

Em termos de escolaridade, 50% dos entrevistados possuem ensino médio completo, demonstrando que o comércio ambulante não está necessariamente associado apenas a baixos níveis de escolarização, mas também a limitações estruturais do mercado de trabalho formal. Em muitos casos, trabalhadores com algum nível de formação recorrem à



informalidade como alternativa de geração de renda, especialmente em contextos de desemprego ou precarização das relações de trabalho.

No que diz respeito ao espaço de atuação, 75% dos ambulantes exercem suas atividades exclusivamente no centro de São João del-Rei. A escolha desse local está diretamente relacionada ao alto fluxo de pessoas, característica que amplia as possibilidades de venda e visibilidade dos produtos comercializados. Os centros urbanos historicamente concentram comércio, serviços e circulação de pessoas, tornando-se espaços estratégicos para o desenvolvimento de atividades informais.

Os motivos que levaram os entrevistados a desenvolver essa atividade também revelam aspectos importantes do empreendedorismo informal. Cerca de 25% apontaram fatores como influência familiar, ambição pessoal ou desemprego como determinantes para iniciar o trabalho como ambulante. Esses resultados dialogam com a literatura sobre empreendedorismo por necessidade, em que indivíduos recorrem à criação de pequenos negócios como forma de garantir a própria subsistência diante da ausência de oportunidades no mercado formal.

Em relação à organização do trabalho, 67% afirmaram trabalhar diariamente como ambulantes, e 50% dedicam mais de oito horas por dia à atividade. Esses dados demonstram a intensidade da jornada de trabalho e a necessidade de dedicação contínua para garantir níveis mínimos de renda. Quanto à estrutura utilizada, 50% utilizam barracas desmontáveis, o que evidencia o caráter móvel e adaptável desse tipo de comércio, permitindo que os vendedores se ajustem às condições do espaço urbano e às exigências de fiscalização.

Os produtos comercializados concentram-se principalmente em bebidas, alimentos e roupas, itens com alta rotatividade e demanda no comércio de rua. Essa diversificação reflete estratégias de adaptação às preferências dos consumidores e às oportunidades identificadas pelos vendedores.

Em relação à renda, 42% dos entrevistados afirmaram receber menos de dois salários mínimos, enquanto 33% relataram rendimentos entre dois e cinco salários mínimos. Esses dados indicam que, embora o comércio ambulante represente uma importante fonte de sustento, os ganhos obtidos tendem a ser variáveis e pouco estáveis, característica recorrente nas atividades inseridas na economia informal.

De modo geral, a renda proveniente dessa atividade apresenta diferenças significativas entre os trabalhadores, mas constitui a principal fonte de subsistência para muitas famílias. Em diversos casos, os entrevistados relataram que a manutenção da renda familiar depende diretamente do trabalho ambulante. Além disso, parte dos participantes informou já ter exercido outras ocupações anteriormente, o que revela trajetórias profissionais marcadas por experiências no mercado formal e posterior migração para o trabalho autônomo ou informal.

Outro aspecto relevante refere-se à organização coletiva. A pesquisa mostrou que 85% dos ambulantes não participam de associações ou organizações representativas, o que pode limitar a capacidade de articulação política e de reivindicação de melhores condições de trabalho. Além disso, 58,3% afirmaram que a renda familiar depende totalmente da atividade, evidenciando a centralidade desse trabalho para a manutenção econômica das famílias.

No que se refere à formalização, os resultados indicam que 50% dos negócios permanecem informais, o que revela a persistência de desafios relacionados à regularização da atividade, como burocracia, custos ou falta de informação sobre os processos de



formalização. Ainda assim, muitos indicaram que poderiam considerar a regularização caso houvesse incentivos, apoio institucional ou maior facilidade nos processos de formalização.

Em relação à gestão do negócio, 75% dos ambulantes não possuem funcionários contratados, indicando que a atividade é desenvolvida majoritariamente de forma individual ou familiar. Quando ocorre, normalmente envolve um número reduzido de colaboradores e, em muitos casos, sem registro formal em carteira de trabalho. Entre os principais motivos apontados para a não contratação estão os custos trabalhistas e a limitação da renda obtida com a atividade.

Verificou-se que poucos ambulantes participaram de cursos de capacitação profissional, o que indica oportunidades para o desenvolvimento de ações voltadas à qualificação desses trabalhadores. Em relação às estratégias de comercialização, observou-se que a publicidade ainda é pouco utilizada de forma estruturada. A venda ocorre predominantemente de maneira direta, baseada na visibilidade do ponto e na circulação de clientes. Os produtos comercializados são diversos e, em grande parte, adquiridos de fornecedores ou distribuidores locais. Quanto às formas de pagamento, verificou-se crescente utilização de meios digitais, além do pagamento em dinheiro.

Entre as principais dificuldades enfrentadas pelos entrevistados destacam-se a conquista de clientes (33,3%) e a localização do ponto de venda (25%), fatores diretamente ligados à competitividade e à dinâmica do comércio urbano. Por outro lado, quando questionados sobre formas de apoio que poderiam contribuir para o fortalecimento de seus negócios, 33,3% demonstraram interesse em receber apoio na área de marketing e divulgação, indicando a relevância de iniciativas de capacitação e assessoria em gestão.

4.2 Impactos e resultados do Projeto de Extensão

Entre os principais impactos do projeto destaca-se a ampliação do acesso à informação e a conhecimentos básicos de gestão, contribuindo para que os empreendedores reflitam sobre práticas de organização do negócio, divulgação de produtos e relacionamento com clientes. Além disso, o projeto fortaleceu o diálogo entre a universidade e a comunidade local, promovendo a troca de saberes e reforçando o papel da extensão universitária no apoio ao desenvolvimento econômico e social do território.

Os resultados esperados do projeto abrangeram diversas dimensões. Primeiramente, melhorar as condições de vida da população atendida, especialmente por meio do aumento da renda, promovendo ações que auxiliem na obtenção de informações sobre os negócios e oferecendo capacitações voltadas para técnicas mais eficientes de gestão. Outro resultado é a sistematização dos conhecimentos produzidos, permitindo à academia compreender com maior profundidade a realidade dos empreendimentos participantes. Esse processo contribui não apenas para o avanço de pesquisas voltadas à solução de problemas identificados, mas também possibilita adequar os conteúdos programáticos das disciplinas às necessidades e características das comunidades locais.

Nesse sentido, os resultados evidenciam a importância de projetos de extensão universitária voltados ao fortalecimento do empreendedorismo popular e ao apoio à economia informal. A atuação da universidade pode contribuir por meio de capacitações em gestão, marketing, organização coletiva e formalização, ampliando as oportunidades de desenvolvimento desses pequenos negócios e fortalecendo o desenvolvimento econômico local. Por fim, espera-se o fortalecimento de vínculos e parcerias com outras instituições que



mantenham relação direta com os empreendedores. Esse esforço coletivo é fundamental, pois integra diferentes experiências, fomenta novas formas de propor soluções e, consequentemente, contribui para a melhoria das condições de trabalho e de vida dos empreendedores do mercado de rua.

5. Discussão e reflexões críticas

A análise dos dados obtidos no projeto permite compreender de forma mais aprofundada a realidade socioeconômica dos trabalhadores ambulantes e os desafios que permeiam essa forma de trabalho. Os resultados indicam que a atividade ambulante representa, para muitos indivíduos, uma alternativa de geração de renda diante da escassez de oportunidades no mercado de trabalho formal. Nesse contexto, o trabalho informal surge não apenas como uma escolha, mas frequentemente como uma necessidade, especialmente para aqueles que enfrentam limitações de escolaridade, idade ou acesso a redes formais de emprego.

Observa-se que, embora o comércio ambulante seja capaz de garantir algum nível de subsistência, a renda obtida tende a ser instável e variável. Essa característica reforça a vulnerabilidade econômica desses trabalhadores, que muitas vezes dependem de fatores externos como sazonalidade, fluxo de pessoas e condições econômicas locais. Além disso, a ausência de proteção social, acesso limitado a crédito e a informalidade das atividades podem dificultar a expansão dos negócios e a melhoria das condições de vida dos empreendedores.

Outro aspecto relevante refere-se ao nível de conhecimento sobre gestão e organização do negócio. Em muitos casos, os trabalhadores desenvolvem suas atividades com base na experiência prática, sem acesso a capacitações formais que possam contribuir para aprimorar estratégias de vendas, controle financeiro ou planejamento. Essa realidade evidencia a importância de iniciativas de extensão universitária que promovam capacitação, orientação e acesso à informação, contribuindo para fortalecer as capacidades empreendedoras desses trabalhadores.

Do ponto de vista social, o projeto também evidencia o potencial das ações extensionistas como instrumentos de aproximação entre universidade e comunidade. Ao promover o diálogo com os trabalhadores ambulantes, a universidade amplia sua função social, possibilitando a troca de conhecimentos e a construção conjunta de soluções para desafios locais. Nesse sentido, a extensão universitária se configura como um espaço de aprendizado mútuo, no qual tanto estudantes quanto comunidades se beneficiam da interação.

Contudo, é importante reconhecer que iniciativas pontuais de capacitação ou orientação, embora relevantes, não são suficientes para enfrentar de forma estrutural as dificuldades enfrentadas pelos trabalhadores informais. A melhoria das condições de trabalho e renda depende também de políticas públicas mais amplas, que considerem a importância econômica e social do comércio ambulante e busquem integrá-lo de forma mais efetiva às dinâmicas urbanas e ao desenvolvimento local.

Dessa forma, as reflexões decorrentes do projeto apontam para a necessidade de fortalecer ações interinstitucionais que envolvam universidade, poder público e sociedade civil. A articulação entre esses atores pode contribuir para a construção de estratégias mais abrangentes de apoio ao empreendedorismo popular, promovendo não apenas geração de



renda, mas também inclusão social, valorização do trabalho e desenvolvimento sustentável das comunidades.

6. Considerações finais

O desenvolvimento deste projeto de extensão permitiu ampliar a compreensão sobre a realidade do comércio ambulante no município de São João del-Rei, evidenciando a importância dessa atividade como estratégia de geração de renda e de inserção econômica para diferentes trabalhadores. A pesquisa revelou que o mercado de rua é composto por indivíduos com trajetórias diversas, que encontram nessa atividade uma alternativa diante das limitações do mercado de trabalho formal ou como oportunidade de autonomia econômica.

Os resultados obtidos demonstram que, embora o comércio ambulante represente uma importante fonte de sustento para muitas famílias, os trabalhadores ainda enfrentam desafios significativos, como a instabilidade da renda, a dificuldade de conquistar clientes, a localização dos pontos de venda e a baixa participação em associações ou formas de organização coletiva. Além disso, observou-se que parte significativa dos negócios ainda opera de forma informal, o que evidencia a necessidade de políticas públicas e iniciativas de apoio que favoreçam a formalização e o fortalecimento dessas atividades.

Nesse contexto, o projeto buscou não apenas levantar informações sobre a realidade desses trabalhadores, mas também contribuir para o fortalecimento de suas atividades por meio da sistematização e devolutiva dos dados coletados, bem como da elaboração de materiais informativos voltados para temas de marketing, vendas e divulgação de produtos, áreas apontadas pelos próprios ambulantes como prioritárias para apoio e capacitação.

A experiência também reforça o papel da extensão universitária como espaço de diálogo e troca de saberes entre universidade e comunidade. Ao aproximar o conhecimento acadêmico das demandas concretas da sociedade, iniciativas como esta contribuem para a construção de soluções mais adequadas às realidades locais e para o fortalecimento do desenvolvimento social e econômico do território.

Por fim, espera-se que os resultados deste projeto possam servir como base para novas ações de extensão, pesquisas futuras e iniciativas de apoio ao empreendedorismo popular, ampliando as oportunidades de qualificação, organização e visibilidade dos trabalhadores que atuam no comércio de rua em São João del-Rei.

Referências

BOURDIEU, P. O Poder Simbólico. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil S.A, 1989.

CERTEAU, M. de. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 4.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

Global Entrepreneurship Monitor. (2011). *Empreendedorismo no Brasil*. Recuperado de <http://gestaoportal.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temasestrategicos/empreendedorismo/Livro%20GEM%20Brasil%202011.pdf>

HOLT, D. H. (1992) – Entrepreneurship: new venture creation. Prentice Hall.



JACOBS, J. Morte e vida de grandes cidades. Tradução de Carlos S. Mendes Rosa. 3. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011. 532 p.

SATO, L. Processos cotidianos na organização da feira livre. Psicologia e sociedade, v. 19, ed. especial 1, p. 95-102, 2007.

SHETH, J. N. (2011). Impact of emerging markets on marketing: rethinking existing perspectives and practices. Journal of Marketing, 75(4), 166-182.

SIQUEIRA, M. M.; GUIMARÃES, L. O. Estratégias empreendedoras de negócios tupiniquins. XXVI EnANPAD: Salvador, 2002, Anais, Salvador: EnANPAD, set. 2002.