



MERCADO INFORMAL DO CHINGO: UMA EVIDÊNCIA EMPÍRICA NA PERSPECTIVA DOS VENDEDORES

THE INFORMAL CHINGO MARKET: EMPIRICAL EVIDENCE FROM THE VENDORS' PERSPECTIVE

João Ernesto Eduardo Dúm

Faculdade de Economia da Universidade José Eduardo dos Santos. Huambo-Angola.

* Email para correspondência: carlitodunn2009@yahoo.com.br.

RESUMO

O presente trabalho de investigação teve por objectivo analisar o impacto socioeconómico do Mercado do Chingo na vida dos vendedores. Para dar resposta ao objectivo do estudo utilizou-se um inquérito por questionário dirigido aos vendedores que realizam as suas actividades. Aplicaram-se questionários a 420 vendedores tendo-se assumido um erro amostral de 4,58% e um nível de significância de 5%. Através dos resultados obtidos concluiu-se que os vendedores apresentaram uma percepção positiva relativamente ao valor do mercado do Chingo, porque o mercado tem contribuído significativamente na melhoria das condições de vida das comunidades mais pobres, criando empregos maioritariamente a mulheres jovens, disponibilizando alimentos a preços acessíveis aos consumidores.

Palavras-Chave: Mercado Informal; Percepção dos Vendedores; Município do Sumbe; Angola.

ABSTRACT

The objective of this investigative work has been to understand the value of the informal market of the Chingo from the perspective of the seller. The purpose of this study has also been to observe their perception about the market. To respond to the objectives of this study a questionnaire survey was applied to the sellers who work in the Chingo market. A total of 420 questionnaires were conducted, assuming a sampling error of 4,58% and a significance level of 5%. Through the results concluded that the sellers presented a positive perception of the value of the Chingo market.

Keywords: Black Market; Sales People's Perception; Sumbe Municipal District; Angola.

Introdução

Nos anos 80 do século XX, Angola encontrava-se mergulhada numa profunda crise de abastecimento de bens de consumo o que contribuiu para o desenvolvimento dos mercados



paralelos e para uma subida de preços dos bens essenciais, nomeadamente os bens alimentares, afectando particularmente as grandes cidades. A situação ficou agravada pelas sucessivas desvalorizações da moeda nacional. As reformas que foram introduzidas em Angola neste período no sentido da liberalização económica resultaram em significativas mudanças no funcionamento dos mercados, fundamentalmente de produtos alimentares básicos.

O sector informal é uma fonte de criação de empregos e rendimentos, pelo facto de ter um acesso relativamente fácil, mesmo sem muita instrução ou qualificações, nem grandes meios técnicos ou financeiros (OIT, 2006). O sector informal permite satisfazer as necessidades dos consumidores pobres, oferecendo bens e serviços acessíveis a preços baixos.

O principal objectivo do estudo assenta em conhecer o valor do Mercado Informal do Chingo na perspectiva dos vendedores. É, ainda, propósito do presente estudo observar a percepção dos vendedores relativamente ao mercado.

Para dar seguimento ao presente trabalho de investigação, nomeadamente para realizar a parte empírica, optou-se, então, por seleccionar um dos mercados informais, Mercado do Chingo, localizado na província do Cuanza Sul, mais concretamente no município sede desta província, ou seja, Município do Sumbe. O objecto de estudo desta investigação recaiu sobre os vendedores do referido mercado, tendo-se inquirido um total de 420 vendedores. De referir que se assumiu um nível de significância de 5%, e um erro amostral de 4,58% (para o seu cálculo considerou-se o total da população estimada em 2.294.064 habitantes, para a província do Cuanza Sul).

Para dar resposta ao principal objectivo do estudo, o mesmo encontra-se organizado em quatro pontos. No primeiro ponto, pretende-se de uma forma sumária percorrer as abordagens mais relevantes adoptadas na definição de Economia Informal, Mercado Informal ou Sector Informal. O segundo ponto encontra-se dedicado à descrição da metodologia de investigação, referindo-se o objectivo principal do trabalho de investigação, as hipóteses de investigação, o instrumento para recolha de dados, caracterização da amostra e as técnicas estatísticas de tratamento de dados, são assuntos que se encontram reflectidos no ponto dois. O ponto três é o núcleo do trabalho onde se pretende identificar, analisar e discutir os resultados obtidos que vão dar resposta quer às hipóteses de investigação quer ao principal objectivo do estudo. Por último, vão ser apresentadas as principais conclusões deste trabalho e algumas premissas de investigação que podem ser pertinentes desenvolver no futuro.



Marco Teórico

Embora não exista nenhuma descrição ou definição universalmente aceite ou considerada como exacta do termo ‘economia informal’, em geral entende-se que a expressão abrange uma diversidade considerável de trabalhadores, empresas e empresários todos eles dotados de características identificáveis que enfrentam desvantagens e problemas cuja intensidade varia consoante o contexto, nacional, urbano ou rural. O termo informal é identificado a partir de expressões como “Economia informal”, a qual engloba diversos trabalhadores, empresas e empresários que não são registados, sendo expostos a desvantagens que variam de acordo com o lugar, quer seja, urbano ou rural, e se caracteriza como um conjunto de actividades não oficiais e isentas de tributação (Cardoso & Mendes, 2024).

De acordo com dicionário online (2024), informalidade é a falta de formalidade, lacuna de regras e convenções, qualidade do que não está em conformidade com a lei vigente. Para Dum (2014). A economia informal é toda actividade económica que, não sendo ilegal, se processa ao arrepio das normas fiscais vigentes.

Já Rocha (2018), a economia informal é o ramo que engloba diversos e crescentes grupos de trabalhadores informais actuantes em diferentes áreas económicas, urbanas ou rurais, no primeiro, segundo ou terceiros sectores da economia.

De referir que o sector informal é caracterizado por diferentes tipos de actividades tais como: trabalho nas feiras, onde os trabalhadores informais se concentram para comercializar os seus produtos, como roupas, calçados, hortaliças, cadernos, produtos higiénicos entre outros, também existem trabalhos informais onde os vendedores não comercializam dentro das feiras, alguns têm seus pequenos negócios em frente de suas casas, outros comercializam nos portos e outros são ambulantes (Martins, 2022). A falta de emprego ocasionado pelas crises económicas, informatização dos processos, substituição da mão-de-obra humana pela robótica e outros casos, geralmente levam os desempregados a empreender pelo simples facto da sobrevivência, sem que ao menos tenham um planeamento ou um plano de negócio (Nunes, 2020, p. 24).

O sector informal é uma fonte de criação de empregos e rendimentos, pelo facto de ter um acesso relativamente fácil, mesmo sem muita instrução ou qualificações, nem grandes meios técnicos ou financeiros (OIT, 2006). A saída de mulheres do espaço doméstico e a ocupação do mercado de trabalho, são frutos da actuação e das lutas delas mesmas (Fraga & Emmel, *s.d*).

Metodologias de Investigação

O principal objectivo do estudo assenta em analisar o impacto socioeconómico do Mercado do Chingo na vida dos vendedores.

Deste modo e para dar resposta ao objectivo proposto estabeleceram-se as seguintes hipóteses de investigação:

Hipótese 1: Os vendedores apresentam uma percepção positiva relativamente ao valor do mercado.

Hipótese 2: existem diferenças estatísticas por variável de caracterização socioeconómica (sexo, estado civil, idade, habilitações literárias, volume de vendas e anos de residência no município) na óptica dos vendedores.

Quanto a recolha de dados foi essencial construir um inquérito por questionário, dirigido aos vendedores do mercado do Chingo, principalmente para o Grupo I teve-se por base um questionário realizado por Dúm e Bernal (2011), já aplicado no nosso contexto angolano, nomeadamente nos mercados da Bumba e do Cateque.

O inquérito por questionário dirigido aos vendedores encontra-se estruturado em três partes e 41 questões. É, de referir que se utilizaram questões fechadas e abertas. Ainda, utilizaram-se variáveis qualitativas medidas na escala nominal e variáveis qualitativas medidas na escala ordinal, tendo-se utilizado, para estas últimas, uma escala de *Likert* de 5 pontos (escala de Discordância/Concordância, em que cada questão tinha as seguintes opções de resposta: 1 - Discordo Totalmente, 2 - Discordo, 3 - Nem Concordo Nem Discordo, 4 - Concordo, 5 - Concordo Totalmente; escala de Satisfação/Insatisfação, em que cada questão tinha as seguintes opções de resposta: 1 - Muito Insatisfeito, 2 - Insatisfeito, 3 - Neutro, 4 - Satisfeito, 5 - Muito Satisfeito). Os mesmos foram aplicados entre o período de Outubro e Dezembro de 2013.

Para a análise descritiva exploratória optou-se por utilizar gráficos e tabelas de frequências, bem como medidas de localização - a média, e dispersão - o desvio padrão. Por outro lado, na análise inferencial do presente estudo para aplicar os testes paramétricos para uma amostra recorreu-se ao teste *t-Student*. De referir que ao longo de todo o estudo e para decidir sobre a rejeição das hipóteses nulas assumiu-se um nível de significância de 5%.

Caracterização da amostra

Tal como já foi referido escolheu-se o Mercado da Chingo/Feira, do município do Sumbe província do Cuanza Sul, por ter maior número de vendedores em relação aos demais, já referidos anteriormente.

Desta forma, o objecto de estudo da presente investigação foram os vendedores do mercado do Chingo, tendo-se inquirido um total de 420 vendedores. De referir que se assumiu um nível de significância de 5%, tendo-se assumido um erro amostral de 4,58% (estima-se 5.000 indivíduos que fazem parte do universo), para o seu cálculo considerou-se o total da população estimada em 2.294.064 habitantes, para a província do Cuanza Sul).

Pelos resultados apresentados na tabela seguinte pode observar-se que no mercado os vendedores inquiridos ao longo da aplicação dos inquéritos eram do sexo feminino com um percentual de 61,7% (259 inquiridos). Os resultados da questão do estado civil podem observar-se na Tabela 1 que os vendedores do referido mercado são em sua maior parte solteiros com 90,7% das respostas, os casados representam 9,3% dos vendedores.

Tabela 1: Sexo e Estado Civil dos Vendedores.

Sexo	N	%	Estado Civil	n	%
Masculino	161	38,3	Solteiro	381	90,7
Feminino	259	61,7	Casado	39	9,3
Total	420	100%	Total	420	100%

Perante os resultados produzidos para as Habilitações Literárias ficou evidente que maior parte dos vendedores possuem o ensino primário com 64% das respostas, seguindo-se o ensino secundário com 27,9% (117 inquiridos). Pode dizer-se que a amostra representa um grau de escolaridade baixa nos dias de hoje em que a competitividade exige mais qualificação dos profissionais e, maior nível de conhecimento para todas as pessoas, na procura de um aumento da empregabilidade no contexto profissional. Os vendedores que possuem o ensino superior completo representam 1,2% dos vendedores do mercado.

Através dos resultados obtidos para a questão Volume de Vendas Mensal pode observar-se que 36,9% (155 inquiridos) têm tido um volume de vendas durante o mês até 20.830 Kwanzas, 20,2% (85 inquiridos) têm vendas entre 20.831Kz e 41.660Kz, 14,8% (62 inquiridos) têm um volume de vendas entre 41.661 e 62.490 Kwanzas, 10,2% (43 inquiridos) têm tido um volume de vendas durante o mês na ordem de 62.491 e 83.320 Kwanzas, 7% (29 inquiridos) com um volume de vendas entre 83.321 e 104.150 Kwanzas, 4% (104.151 e 124.980 Kwanzas, 2,4% (10 inquiridos) com um volume de vendas entre 124.981 e 145.810 Kwanzas, 1,9% (8

inquiridos) têm um volume de vendas entre 145.811 e 166.640 Kwanzas e 2,6% (11 inquiridos) com um volume de vendas superior a 166.641 Kwanzas). Conforme a tabela n.º 2.

Tabela 2: Volume de Vendas Mensal.

Volume de Vendas Mensal	N	%
Até 20.830Kz	155	36,9
De 20.831Kz a 41.660Kz	85	20,2
De 41.661Kz a 62.490Kz	62	14,8
De 62.491Kz a 83.320Kz	43	10,2
De 83.321Kz a 104.150Kz	29	7
De 104.151Kz a 124.980Kz	17	4
De 124.981Kz a 145.810Kz	10	2,4
De 145.811Kz a 166.640Kz	8	1,9
Superior a 166.641Kz	11	2,6
Total	420	100%

Em relação à faixa etária dos vendedores que se encontravam no mercado, também são jovens situando-se na faixa etária entre os 19 e 40 anos (62,9%), sendo que 34,1% têm idades compreendidas entre 19 e 30 anos. Ainda, apenas 10% dos inquiridos que vendem no mercado têm idades superiores a 51 anos.

Resultados

Percepção dos vendedores relativamente ao mercado do Chingo

Com o objectivo de averiguar se os vendedores apresentam uma percepção positiva relativamente ao valor de mercado. Para tal, procedeu-se ao cálculo das estatísticas descritivas, frequências absolutas, frequências relativas, média e desvio padrão, bem como a aplicação do teste *t-Student* para corroborar ou não a hipótese de investigação.

Na tabela seguinte pode ver-se a análise estatística descritiva onde os resultados do inquérito aplicado aos vendedores do mercado informal obteve uma média global insatisfatória de 2,922217 e um desvio padrão de 1,679853.

Pelos resultados apresentados na Tabela 3, pode observar-se que as questões que tiveram uma classificação superior à média global ou melhor os vendedores concordaram totalmente foram: vendo apenas a retalho com uma média de 4,745 (desvio padrão de 0,87901), uma vez que 89,3% dos inquiridos (375 inquiridos) responderam que concordam totalmente que realizam apenas vendas a retalho; Pago à Direcção do mercado pelo espaço ocupado com média de 4,6833 (desvio padrão de 1,07797), uma vez que 91,9% dos inquiridos (386 inquiridos) responderam que pagam à Direcção do mercado para realizarem as suas vendas; Vendo exclusivamente neste mercado com a média de 4,669 (1,03287), uma vez que 88,1% dos inquiridos (370 inquiridos) responderam que realizam as suas vendas exclusivamente neste mercado; Estou a vender aqui porque não tenho outra alternativa com média de 4,5333 (desvio padrão de 1,19119), uma vez que 83,8% dos inquiridos (352 inquiridos) responderam que não têm uma outra alternativa por isso é que trabalham no mercado; Vender aqui é a minha é a minha única fonte de obtenção de rendimentos com uma média de 4,419 (desvio padrão de 1,37333).

As questões que obtiveram uma média muito baixa em relação a média global foram: Vendo apenas a grosso com média de 1,2476 (desvio padrão de 0,89582), uma vez que 91% dos inquiridos (382 inquiridos) responderam que discordam totalmente que realizam as suas vendas apenas a grosso; Trabalho noutro sector devido a falta de oportunidade com média de 1,481 (desvio de padrão de 1,25587), uma vez que 86% dos inquiridos (361 inquiridos) responderam que discordam totalmente que trabalham noutro sector devido a falta de oportunidade; Já trabalhei noutro emprego antes, mas auferia um rendimento baixo com uma média de 1,6524 (desvio padrão de 1,43036), uma vez que 81,7% dos inquiridos (343Inquiridos) responderam

que discordam totalmente que já trabalharam noutra emprego antes, mas a causa do abandono foi o baixo salário que auferiam.

Tabela 3: Resumo das estatísticas descritivas para a variável valor do mercado, na óptica dos vendedores

Questões	Discordo totalmente	Discordo	Nem Concordo Nem Discordo	Concordo	Concordo Totalmente	Média	Desvio Padrão
Com o rendimento que eu ganho cubro todas as necessidades (n=420)	225 53,6%	63 15%	26 6,2%	48 11,4%	58 13,8%	2,169	1,5081
Sinto - me satisfeito com o trabalho que realizo (n=420)	96 22,9%	24 5,7%	19 4,5%	121 28,8%	160 38,1%	3,5357	1,5819
Nunca trabalhei noutra lugar a não ser no mercado informal (n=420)	149 35,5%	3 0,7%	2 0,5%	6 1,40%	260 61,9%	3,5357	1,9074
Já trabalhei noutra emprego antes, mas auferia um rendimento baixo (n=420)	343 81,7%	4 1%	9 2,1%	4 1%	60 14,3%	1,6524	1,4304
Sinto-me satisfeito com o que eu ganho (n=420)	94 22,4%	35 8,3%	29 6,9%	168 40%	94 22,4%	3,3167	1,4761
Trabalho aqui há mais de 1 ano (n=420)	30 7,1%	2 0,5%	0 0%	38 9%	350 83,3%	4,6095	1,0613
Foi fácil começar a trabalhar aqui (n=420)	90 21,4%	11 2,6%	12 2,9%	28 6,7%	279 66,4%	3,9405	1,6520
Considero este mercado competitivo (n=420)	43 10,2%	10 2,4%	90 21,4%	56 13,3%	221 52,6%	3,9571	1,3265
Estou a trabalhar aqui porque não tenho outra alternativa (n=420)	37 8,8%	6 1,4%	5 1,2%	20 4,8%	352 83,8%	4,5333	1,1910
A minha família já vende neste mercado desde o	303 72,1%	9 2,1%	3 0,7%	7 1,7%	98 23,3%	2,019	1,7035



seu surgimento (n=420)							
Tive que me deslocar da minha província para vir trabalhar aqui (n=420)	326 77,6%	4 1%	0 0%	5 1,2%	85 20,2%	1,8548	1,6219
Tive que me deslocar do meu município para vir trabalhar aqui (n=420)	277 66%	4 1%	0 0%	1 0,2%	138 32,9%	2,331	1,87751
Vender aqui é a minha única fonte de obtenção de rendimentos (n=420)	56 13,3%	2 0,5%	2 0,5%	10 2,4%	350 83,3%	4,419	1,3733
Estou aqui porque tive que fugir a guerra que assolou o meu país (n=420)	308 73,3%	4 1%	0 0%	15 3,6%	93 22,1%	2,0024	1,6958
Estou aqui porque vim acompanhar meu familiar (n=420)	337 80,2%	7 1,7%	2 0,5%	9 2,1%	65 15,5%	1,7095	1,48546
Trabalho aqui porque fui influenciado pelos meus familiares (n=420)	240 57,1%	6 1,4%	2 0,5%	16 3,8%	156 37,1%	2,6238	1,9212
Vendo exclusivamente neste mercado (n=420)	29 6,9%	1 0,2%	0 0%	20 4,8%	370 88,1%	4,669	1,0329
Sou a única pessoa da minha família a vender no mercado (n=420)	302 71,9%	14 3,3%	2 0,5%	2 0,5%	100 23,8%	2,0095	1,7007
Vendo apenas a grosso (n=420)	382 91%	14 3,3%	3 0,7%	0 0%	21 5%	1,2476	0,8958
Vendo apenas a retalho (n=420)	20 4,8%	0 0%	2 0,5%	23 5,5%	375 89,3%	4,7452	0,8790
Vendo apenas um único tipo de produto (n=420)	238 56,7%	6 1,4%	1 0,2%	8 1,9%	167 39,8%	2,6667	1,9464
Vendo mais de um tipo de produto (n=420)	168 40%	3 0,7%	1 0,2%	7 1,7%	241 57,4%	3,3571	1,9495

Questões	Discordo totalmente	Discordo	Nem Concordo Nem Discordo	Concordo	Concordo Totalmente	Média	Desvio Padrão
Vendo produtos importados (n=420)	192 45,7%	4 1%	8 1,9%	13 3,1%	203 48,3%	3,0738	1,9509
Vendo apenas produtos nacionais (n=420)	210 50%	6 1,4%	7 1,7%	6 1,4%	191 45,5%	2,9095	1,9618
Realizo as vendas exclusivamente a pronto pagamento (n=420)	247 58,8%	3 0,7%	3 0,7%	4 1%	163 38,8%	2,6024	1,9422
Trabalho noutra setor devido a falta de oportunidade (n=420)	361 86%	7 1,7%	5 1,2%	3 0,7%	44 10,5%	1,481	1,2559
Penso em deixar de vender neste mercado (n=420)	207 49,3%	16 3,8%	25 6%	5 1,2%	167 39,8%	2,7833	1,8904
Pago à Direção do mercado pelo espaço ocupado (n=420)	33 7,9%	0 0%	0 0%	1 0,2%	386 91,9%	4,6833	1,0780

Tal como foi referido e após a análise pormenorizada dos resultados apresentados na tabela anterior, procedeu-se à corroboração da sétima hipótese de investigação, onde se pretendia ver se os vendedores apresentam uma percepção positiva relativamente ao valor do mercado. A média teórica é de 84 pontos e a média empírica obtida foi de 91,83 pontos (um desvio padrão de 7,766), ou seja, apresentou um valor superior em 7,83 pontos à média teórica o que é satisfatório. Porém não se atingiu o máximo possível, já que este era de 140 pontos e o empírico apenas registou um valor de 114 pontos. E tendo por base a média teórica de 84 pontos obteve-se um valor de teste de 20,652 (419 graus de liberdade) e um valor de prova inferior a 0,001, pelo que se pode dizer que a Hipótese de Investigação 7 foi corroborada, pois existem evidências estatísticas suficientes para afirmar que a média é significativamente diferente de 84 pontos, assumindo um nível de significância de 5% e que os vendedores apresentam uma percepção positiva relativamente ao Valor do Mercado do Chingo.

Análise inferencial para as variáveis de caracterização e valor do mercado, na óptica dos vendedores

Com o intuito de dar resposta a segunda hipótese: se existiam diferenças estatísticas por variável de caracterização socioeconómica (sexo, estado civil, idade, habilitações literárias, volume de vendas e anos de residência no município) relativamente ao valor do mercado, na óptica dos vendedores, aplicaram-se alguns testes paramétricos e não paramétricos, de acordo com o já explicado anteriormente no ponto da metodologia de investigação.

Tabela 4: Valor de prova para a análise inferencial entre as variáveis sócio demográficas e o valor do mercado.

Variável de controlo	Teste	Satisfação Global	Significância
Sexo	<i>t-Student</i>	0,290	ns
Estado Civil	<i>t-Student</i>	0,553	ns
Idade	<i>Kruskal-Wallis</i>	0,497	ns
Habilitações Literárias	<i>Kruskal-Wallis</i>	0,318	ns
Volume de Vendas	<i>Kruskal-Wallis</i>	0,075	ns
Anos de Residência no Município	<i>One-Way ANOVA</i>	0,150	ns

Nota: ns, não significativa.

Na Tabela 4, apresentam-se os resultados obtidos para o valor de prova e pode verificar-se, atendendo aos mais pertinentes, que não existem evidências estatísticas suficientes para afirmar que existem diferenças estatísticas por variável de caracterização socioeconómica (sexo, estado civil, idade, habilitações literárias, volume de vendas e anos de residência no município) relativamente ao valor do mercado, na óptica dos vendedores. Por tal, não se corroborou a segunda hipótese de investigação quando se faz compras no mercado.

Conclusões

O mercado informal do Chingo tem contribuído significativamente na melhoria das condições de vida das comunidades mais carentes, criando empregos, maioritariamente a mulheres jovens, disponibilizando alimentos a preços acessíveis aos consumidores e a criação de renda para os vendedores deste mercado confirmando-se assim a primeira hipótese de investigação.

A segunda hipótese de investigação não foi corroborada por não existirem evidências estatísticas suficientes para afirmar que existem diferenças estatísticas por variável de caracterização socioeconómica quando se faz compras no Mercado do Chingo (sexo, estado civil, idade, habilitações literárias, volume de vendas e anos de residência no município).



Referências Bibliográficas

Cardoso, M. & Mendes, M. (2024). Mercado Informal em Luanda e as políticas públicas sociais para as mulheres em situação de vulnerabilidade, no período da covid-19 (2020-2022). *Revista Latitude*. Vol 18.n.1. ISSN: 2179-5428. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/article/view/16521/11541>. Consultado aos 23/04/2024.

Dicionário Online. (2024). Informalidade. Disponível em: [Dicio.com.br](https://www.dicio.com.br/informalidade). Consultado aos 20/01/2024.

Dum, J. (2014). *Mercados Informais do sumbe da província do Cuanza Sul: Uma evidência empírica*. Bragança. Instituto Politécnico de Bragança.

Fraga, J. & Emmel, A. (s.d). O neoliberalismo e o Crescente Mercado Informal de Trabalho: Os Processos de Pejotização e Uberização como Políticas de possível Violação dos Direitos da Mulher. Disponível em: <https://www.portaldeperiodicos.idp.edu.br/direitopublico/article/view/6570/2991>. Consultado aos 19/04/2024.

Martins, R. (2022). Participação das Mulheres Guineenses no Mercado Informal e suas Contribuições para o Crescimento da Economia do País. Disponível em: https://www.repositorio.unilab.edu.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/2586/2022_arti_rosi_animartins.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Consultado aos 23/04/2024.

Nunes, D. (2020). Sobrevivência no Mundo do Trabalho: um estudo sobre o empreendedorismo informal e um mercado público na cidade de João Pessoa. Disponível em: <https://repositorio.ifpb.edu.br/bitstream/177683/1154/1/Sobreviv%20no%20mundo%20do%20trabalho-empreendedorismo%20informal%20-%20Daniel%20Oliveira%20Nunes.pdf>. Consultado aos 23/04/2024.

OIT (2006). *A OIT e a Economia Informal*, Organização Internacional do Trabalho, Lisboa.

Pestana, M., & Gageiro, J. (2008). *Análise de Dados para Ciências Sociais: A Complementaridade do SPSS (5.ª Edição)*. Lisboa: Edições Sílabo.

Rocha, C. (2018). Diagnóstico da Economia Informal em um município de pequeno porte no Sul de Minas Gerais. *Revista Administrativa em Diálogo*.