

NEGÓCIOS DA QUEBRADA: UMA ANÁLISE DO PROCESSO EMPREENDEDOR DE QUEM EMPREENDE COM TECNOLOGIA NAS PERIFERIAS DE SÃO PAULO - SÍNTESE TÉCNICA

Daiane De Almeida Pereira - USP - Universidade de São Paulo

Graziella Maria Comini

Jane Aparecida Marques - Universidade de São Paulo

Resumo

Este trabalho é uma Síntese Executiva da dissertação da egressa Daiane de Almeida Pereira, orientada por Graziella Maria Comini, no nível de Mestrado, no Programa de Mestrado Profissional em Empreendedorismo, da Faculdade de Administração, Economia, Contabilidade e Atuária da Universidade de São Paulo, defendida em 2023. Esta pesquisa examina o empreendedorismo nas periferias urbanas de São Paulo, com foco em negócios que utilizam tecnologias da informação e comunicação (TICs). A partir de revisão bibliográfica, investiga-se o impacto do território no desenvolvimento empresarial e na identidade dos empreendedores. O estudo é exploratório e qualitativo, empregando história oral, análise narrativa e de conteúdo. Foram entrevistados empreendedores das zonas norte, sul e leste da cidade, que dirigem negócios lucrativos há cerca de cinco anos e integram TICs em seus modelos. Os resultados indicam diferenças significativas entre empreender na periferia e em outras regiões. A motivação para criar negócios está ligada à busca por acesso e pertencimento, com o ensino superior como fator-chave para o uso da tecnologia e o estudo contribui para compreender as especificidades do empreendedorismo periférico na cidade de São Paulo.

Palavras-chave: Empreendedorismo na periferia. Processo Empreendedor. Empreendedorismo em periferia.

Abstract

This work is an Executive Summary of the dissertation by graduate Daiane de Almeida Pereira, supervised by Graziella Maria Comini, at the Master's level, in the Professional Master's Program in Entrepreneurship at the School of Business Administration, Economics, Accounting, and Actuarial Science at the University of São Paulo, defended in 2023. This research examines entrepreneurship in the urban outskirts of São Paulo, focusing on businesses that utilize information and communication technologies (ICTs). Through a literature review, the study investigates the impact of territory on business development and entrepreneurs' identities. It is an exploratory and qualitative study, employing oral history, narrative analysis, and content analysis. Entrepreneurs from the northern, southern, and eastern zones of the city were interviewed, running profitable businesses for around five years and integrating ICTs into their models. The results indicate significant differences between entrepreneurship in peripheral areas and other regions. Business creation is driven by the pursuit of access and belonging, with higher education as a key factor in utilizing technology. This study contributes to understanding the specific dynamics of peripheral entrepreneurship in São Paulo.

Keywords: Entrepreneurship in the periphery. Entrepreneurial process. Entrepreneurship in Disadvantaged areas.

NEGÓCIOS DA QUEBRADA: uma análise do processo empreendedor de quem empreende com tecnologia nas periferias de São Paulo - Síntese Técnica

1 Introdução

O número de brasileiros com acesso à internet vem crescendo ao longo dos anos. Dados da pesquisa da TIC Domicílios (2024), realizada entre março e agosto de 2024 pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC), estimam que em 2024, existiam 159 milhões de pessoas no Brasil com acesso à internet - o que corresponde a 85% dos domicílios no país. Em 2020 esse número era de 83% de domicílios e em 2019, eram 71%. Com relação ao acesso das classes D e E, em 2015 era de 30% e em 2024 passou para 73% em número de usuários, sendo 86% desse perfil com acesso exclusivo pelo celular.

O acesso de milhões de brasileiros à internet se reflete no consumo: a mesma pesquisa aponta que 46% dos brasileiros com acesso à internet compraram produtos ou serviços pela rede, 61% utilizaram ou consultaram algum serviço público e 80% realizaram atividades financeiras e compararam produtos ou serviços.

Tais dados apontam para o surgimento de um novo cenário para as empresas, com a possibilidade de atender milhares de clientes por meio da internet, o que permite a diminuição dos custos de operação e o aumento das margens exponencialmente. Como explica Ismail, Gees e Malone (2018, p.19): “Ao invés de usar exércitos de colaboradores ou grandes instalações físicas, as organizações exponenciais são construídas com base nas tecnologias da informação que desmaterializam o que antes era de natureza física e o transfere ao mundo digital sob demanda.”

Esse tipo de empresa surge, em geral, baseada no chamado empreendedorismo por oportunidade. Nesse aspecto, o negócio nasce devido ao envolvimento de seus fundadores “com o empreendedorismo, não por não ter outra opção de trabalho, e, sim, por ter identificado uma oportunidade de negócio que pretende perseguir” (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2011, p. 89). Assim, esse empreendedor é “capaz de escolher um empreendimento dentre as opções possíveis de carreiras” (Reynolds; Bygrave; Autio, 2002, p. 20).

Este é um cenário que se apresenta de forma diferente nas periferias. Quando olhamos de forma específica para essas regiões da cidade de São Paulo, a pesquisa o Mapa da Desigualdade de 2024, elaborado pela Rede Nossa São Paulo, aponta que mais da metade dos paulistanos moram em periferias. Enquanto as regiões centrais são os locais onde há oferta de emprego, serviços, cultura e lazer, a periferia é o entorno desses grandes centros onde, na maior parte das vezes, os recursos não chegam e não há infraestrutura suficiente para que a localidade se desenvolva. Essas áreas são muitas vezes os locais mais pobres da cidade, com índices de violência elevados e poucas alternativas para mudar este cenário. Portanto, a maior parte dos cidadãos do município de São Paulo vive em lugares onde há pouco investimento para o desenvolvimento social, cultural e econômico, e são obrigados a deslocar-se até o centro em busca de trabalho e lazer.

Apesar desse panorama, a periferia também desperta muitos de seus moradores para empreender não apenas por necessidade. Neste espectro podemos citar o Gastronomia Periférica, aplicativo que faz o mapeamento dos restaurantes, botecos, lanchonetes e comida de rua da periferia da zona sul de São Paulo e permite que o usuário consulte o cardápio, média de preço e horário de funcionamento dos estabelecimentos. O aplicativo surgiu da

ausência de uma solução capaz de mostrar aos moradores da região as opções de restaurantes existentes no território, uma vez que os aplicativos do segmento não atendiam as periferias. Edson Leite e Adelia Rodrigues, sócios no aplicativo, já tinham outros negócios - como uma escola de gastronomia e um catering - mas perceberam a oportunidade de mercado e decidiram iniciar mais uma empresa.

Outro exemplo é o Alfabantu, um aplicativo desenvolvido para ensinar a língua kimbundu. Moradora da periferia da zona norte, Odara Délè decidiu começar o negócio ao perceber a falta de ferramentas para que professores de escolas públicas pudessem ensinar cultura africana para seus alunos. Sendo uma estudiosa desta cultura, Odara decidiu criar um aplicativo capaz de ensinar a língua de um povo africano e sua cultura de forma simples e dinâmica tanto para crianças quanto para adultos.

Nos dois casos citados acima é possível perceber que as empresas, que utilizam tecnologia, estão situadas nas periferias da cidade de São Paulo e começaram por meio de uma oportunidade de negócio. Os empreendedores tinham profundo conhecimento de seus territórios quanto às dificuldades enfrentadas por seus pares e encontraram na Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e no empreendedorismo uma forma de solucionar os problemas de outros, gerando renda e emprego local, movimentando toda a cadeia e sendo financeiramente sustentáveis. Apesar dos diversos tipos de tecnologias utilizadas por moradores das periferias, neste trabalho serão abordados apenas a Tecnologia da Informação e Comunicação, referenciadas a partir daqui pela sigla TICs.

Desenvolver negócios desse perfil na periferia vem se mostrando uma alternativa para solucionar demandas locais, onde a população cria recursos e soluções adequadas à dinâmica do próprio território, gerando renda e redistribuindo os recursos de forma a melhorar a qualidade de vida. A partir das experiências citadas, percebeu-se uma lacuna prática que justifica a pesquisa proposta, uma vez que foi observada uma possível dificuldade em apoiar o processo desses empreendedores em suas especificidades ocasionadas pelo território em que estão situados.

Apesar de existirem programas de aceleração que atendem negócios com TICs e apoiam empreendedores que residem em regiões periféricas de grandes centros urbanos, pouco se sabe sobre a real estrutura do processo empreendedor deles e quais especificidades se somam quando se vive na periferia urbana ou se tem um negócio com TICs sediado nesses territórios. Há pesquisas sobre o perfil de empreendedores nas periferias, das quais é possível citar aqui o “Periferias e Filantropia” - levantamento feito pelo Iniciativa Pipa e o Instituto Nu em 2022 e publicado em 2023 sobre como o dinheiro chega nas iniciativas de periferia - e a pesquisa “Em busca do Empreendedorismo Social Inclusivo” - publicada em 2022 pela Standford Social Innovation Review. Porém, a primeira não inclui negócios com TICs e a segunda mantém seu foco no empreendedorismo social, não fazendo distinção entre negócios que fazem uso de TICs e os que não fazem, uma vez que o recorte é por negócios de impacto social.

Pelas características gerais das periferias de São Paulo, é possível entender que esse processo é influenciado por questões de cultura local, acesso à educação, tecnologia e recursos financeiros, apoio governamental, custos do negócio entre muitos outros aspectos que são pouco compreendidos na prática e, por vezes, comprometem os resultados de ações desenvolvidas para empreendedores dessas localidades.

Uma pesquisa feita pelo Quintessa e a Empreende Aí, em 2020, mostrou que os empreendedores, mesmo vendo pontos positivos nos programas de que participaram, acreditam que ainda há muito a ser adaptado para abarcar as necessidades daqueles que usam TICs em seus negócios e estão nas periferias urbanas. São essas características que esta

pesquisa pretende descrever, investigando as especificidades do processo de quem empreende com TICs em regiões periféricas da cidade de São Paulo e, conseqüentemente, encontrando os pontos em que tais empreendedores precisam ser mais apoiados para o êxito no desenvolvimento de seus negócios.

Assim, este artigo se propõe a responder a questão “Como ocorre o processo empreendedor com tecnologias da informação e comunicação nas periferias da cidade de São Paulo?”, tendo como objetivo principal entender como é o processo empreendedor com tecnologias da informação e comunicação nas periferias de São Paulo e objetivo específico mapear as fases/caminhos percorridos por empreendedores da periferia para estruturação de seus empreendimentos.

2 Referencial Teórico

Para o referencial teórico desta pesquisa nos debruçamos sobre o que a literatura diz sobre o processo empreendedor e sobre o processo empreendedor nas periferias. Isso foi feito porque na literatura conhecida há diferenças entre eles, sendo o processo empreendedor apresentado de forma mais genérica e o processo empreendedor nas periferias com mais atenção às nuances e especificidades ligadas a aplicação prática do processo empreendedor mais amplo.

2.1 Processo Empreendedor

Moroz e Hindle (2012) realizaram uma revisão fundamentada nos autores que estudam o empreendedorismo com foco no processo, ou seja, o que os empreendedores realmente fazem e como eles fazem. O estudo revelou 4 modelos convergentes que conseguiram cobrir um grande número de contextos (ser genérico) e focado nas atividades que poderiam ser consideradas como específicas do empreendedorismo (ser distinto): Gartner (1985), Bruyat e Julien (2000), Sarasvathy (2001, 2006) e Shane (2003). Mesmo com a ausência de consenso sobre as atividades que compõem tal processo, os autores mencionam dois elementos chave em comum: o ambiente em que este empreendedor está inserido e o indivíduo.

Para Gartner (1985), a criação de uma nova empresa é um fenômeno multidimensional em que cada variável descreve uma dimensão única e que não pode ser avaliada sozinha dentro desse fenômeno. Não é um processo linear, mas um fenômeno complexo. O autor afirma que não é suficiente, para pesquisadores, procurarem e manterem o foco em algum conceito de empreendedor regular e na maneira típica de desenvolver novos empreendimentos, pois as variações desse processo precisam ser estudadas. Seu modelo foi o primeiro a combinar as dimensões de indivíduo, ambiente, processo e organização, dado que pesquisadores anteriores costumavam se basear em duas dimensões: características individuais e “estilo” do empreendedor.

O objetivo de Gartner ao sugerir esse modelo foi mais do que comparar diferentes tipos de negócios e identificar variáveis específicas que descrevem como cada nova empresa é criada. Sua intenção foi organizar de forma significativa os contrastes e comparações entre novas empresas.

A proposta apresentada por Bruyat e Julien (2000) é a da existência do indivíduo (I) e da criação de novo valor (NVC). O indivíduo é o condutor do processo, mas a criação do novo valor permite que haja trocas constantes entre este indivíduo, a nova empresa criada e o ambiente em que ele está inserido, ocasionando mudanças com o passar do tempo.

Esse diálogo é chamado de sistema empresarial. Tal sistema é aberto e interage com o ambiente podendo, até mesmo, fazer a seleção, organização e também o estímulo pelas redes ou comunidades com as quais há interação.

Para compreender o evento empresarial, Bruyat e Julien (2000) dizem que devemos primeiro compreender o indivíduo e o projeto e, em seguida, as ligações entre eles ao longo do processo de criação, sobrevivência e/ou desenvolvimento; e, finalmente, a influência do ambiente, de outros empreendedores e dos diversos recursos disponibilizados pelo meio ambiente.

Sarasvathy (2001, 2006) conceitua o que torna os empreendedores especialistas no que fazem. A autora amplia sua teoria para conseguir utilizar o *effectuation* como forma de diferenciar empreendedores de não empreendedores.

A teoria de *effectuation* sugere uma abordagem não causal para a tomada de decisão. Focada no momento anterior à concepção da empresa, segundo Sarasvathy (2001, 2006) os empreendedores:

- a) avaliam a si mesmos ao invés de considerarem a oportunidade;
- b) investem apenas o que podem perder;
- c) constroem networking ao invés de fazer análises competitivas;
- d) aproveitam as surpresas ao invés de temê-las ou tentar evitá-las;
- e) criam novos negócios por meio da representação da imaginação ao invés de reagir às informações do ambiente.

Para as autoras, quanto maior o uso do *effectuation*, maior é a expertise do empreendedor e maior sua probabilidade de sucesso. Ela também considera que a lógica *effectual* agrega mais valor quando usada em contextos de criação de empresas (estágios nascentes) e a lógica causal tem um papel de maior peso quando a empresa cresce e se torna uma grande organização. Além disso, há uma ênfase a respeito do dualismo entre empresa e empreendedor, assim como pensavam Bruyat e Julien (2000), mas no modelo de Sarasvathy também há uma visão de mundo baseada em um processo empreendedor contínuo, que considera a mudança individual conforme o processo acontece.

Shane (2003) tenta construir uma estrutura capaz de unificar indivíduo e oportunidade motivado pela ausência de uma estrutura conceitual que relaciona todas as partes e não apenas o processo empreendedor.

O autor sintetiza sua visão em dois campos: um no indivíduo e outro no ambiente, e estabelece algumas condições necessárias para unificar o campo, sendo elas:

- a) a existência de oportunidades (objetivos) baseados no lucro e que podem ser exploradas com a aplicação de novos meios e relacionamentos;
- b) uma variação entre as pessoas em sua vontade e capacidade de agir;
- c) a necessidade de abraçar a incerteza e assumir riscos;
- d) a necessidade de uma organização intencional;
- e) a necessidade de alguma forma de inovação.

Os autores reconhecem o indivíduo como condutor do processo, levando em conta suas características individuais (Gartner, 1985) e as trocas entre esse indivíduo, a nova empresa criada e o ambiente em que ele está inserido para entender o processo empreendedor (Bruyat, Julien, 2000; Sarasvathy, 2006). Também apontam a ausência de uma estrutura conceitual que relaciona todas as partes (Shane, 2003) e a visão de mundo baseada em um processo empreendedor contínuo, que considera a mudança individual à medida que o processo acontece (Sarasvathy, 2006).

2.2 Processo Empreendedor nas Periferias

Nas teorias de desenvolvimento econômico, o empreendedorismo é visto como um dos principais motores para o desenvolvimento regional. Empreendedores promovem o desenvolvimento local aumentando a produtividade do capital de conhecimento no território em que estão inseridos (Benneworth, 2004).

Rae (2017) afirma que o empreendedorismo pode ser considerado uma atividade periférica. Segundo ele, indivíduos considerados estranhos sociais, étnicos ou econômicos são frequentemente aqueles com maior probabilidade de se tornarem empreendedores. Isso porque veem no empreender uma forma de participação econômica, uma vez que estão excluídos das oportunidades comuns às quais os integrantes do mainstream social, demográfico e econômico têm acesso.

No Brasil, vemos o estímulo ao empreendedorismo dessas pessoas muito latente entre os anos de 2003 e 2011. Tal período foi marcado por programas de acesso a crédito e de incentivo à formalização de negócios informais localizados nas periferias (Tommasi; Velazco, 2013). Nesse mesmo período, surgiu uma grande oferta de projetos, editais, prêmios, cursos de capacitação e programas de diversos setores (privado sem fins lucrativos, privado e público) criados para incentivar atividades empreendedoras lideradas pela população de favelas, subúrbios e periferias, o que passou a apresentar essas regiões como “autênticas”, “territórios de oportunidades” e de grande “inventividade” (Tommasi; Velazco, 2013).

A ideia que passou a circular foi a de que cada pessoa é responsável por aproveitar as oportunidades que lhe são ofertadas enquanto ao Estado cabe apenas oferecê-las - mesmo que de forma difusa. Isso legitimou o discurso de subjetividade empreendedora, em que cada indivíduo deve enxergar a própria vida como um projeto e valorizar o desenvolvimento de traços de personalidade capazes de aperfeiçoar a capacidade de identificar e aproveitar as oportunidades que surgem. O direito ao trabalho transformou-se em geração de oportunidades, sinônimo de possibilidade e ocasião (Tommasi; Velazco, 2013).

Nesse contexto, o Programa de Incentivo ao Microempreendedor Individual (MEI) fez com que muitos comerciantes e pessoas com atividades informais regularizassem seus negócios para terem acesso a direitos sociais e também pagar seus impostos - uma alternativa quando consideramos que as pessoas que moram em periferias compõem grupos subalternizados que acessam o mercado de trabalho por meio de atividades de baixa qualificação, gratificação pessoal e remuneração (Tommasi, 2018). Ter o próprio negócio transformou-se em um caminho viável diante da falta de emprego ou ao subemprego, já que é possível atingir remunerações maiores mesmo sem diploma universitário. Porém, esse empreendedorismo tomou uma forma diferente do que o existente nas regiões centrais, uma vez que os valores defendidos dentro da periferia são fundamentalmente diferentes daqueles promovidos no discurso econômico dominante.

Tornou-se necessário ir além das leituras dicotômicas que classificam o empreendedorismo na periferia como precarização das relações de trabalho ou conquista da autonomia e sucesso para entendê-lo. Nessa nova vertente, as pessoas na periferia constroem seu empreendedorismo baseado também em inserção social e cultural, evoluindo os modelos de movimentos sociais existentes da década de 1980.

Os desafios socioeconômicos locais levam os moradores das periferias a desenvolverem suas próprias soluções para os problemas - soluções essas que passam pela arte e cultura como forma de reconhecimento de si e se estendem para o uso da lógica econômica vigente para o desenvolvimento de negócios capazes de resolver problemas complexos, ao mesmo tempo

que garantem uma fonte de renda para seus idealizadores, transformando a realidade em que estão inseridos.

Com isso, a periferia desenvolveu suas próprias dinâmicas de mercado, dado que a ascensão e inclusão social desses territórios deu-se pelo acesso ao consumo e ao mercado e não pelo acesso à cidadania e direitos. Imas, Wilson e Weston (2012), em um estudo crítico do empreendedorismo, identificaram as seguintes características no empreendedorismo nas periferias:

- a) solidariedade e comunidade vista nos movimentos sociais impulsionam a transformação ou mudança social;
- b) pensamento inovador alternativo em relação à criação de oportunidades econômicas e riqueza social, respondendo aos problemas socioeconômicos de formas menos competitivas e egoístas, o que faz surgir uma linguagem diferente de empreendedorismo;
- c) desafiam a noção de quem é e o que é o empreendedor;
- d) criam um sistema econômico que serve às pessoas ao invés das pessoas servirem ao sistema.

Obersteiner (1999, p. 184), por sua vez, elenca como características do empreendedorismo na periferia:

- a) valores e normas que apoiam o comportamento associativo;
- b) redes de cooperação;
- c) atividade e engajamento cívico;
- d) redes de relacionamentos que geram confiança, estabelecem expectativas, criam obrigações recíprocas e ampliam normas de conduta, acumulando e mantendo capital social.

O “ser” e “estar” na periferia são utilizados pelos empreendedores locais como argumento para legitimar a fala e fazer contraponto a desapropriação de fala histórica que essas pessoas vivem, fazendo, assim, com que a venda do produto seja também a valorização do lugar onde foi produzido (Tommasi, 2018). Da mesma forma que acontece com a cultura, a fonte que alimenta o empreendedorismo na periferia são as desigualdades que atravessam o território, a falta de acesso, a negação de suas raízes e as contradições presentes na sociedade e no local em que vivem.

Nesse cenário é possível notar o que D’Andrea (2020) chama de trajetórias quebradas. Para ele, as trajetórias de moradores de periferias são atravessadas por obstáculos, empecilhos e improvisos e acabam quebrando no caminho devido à solidão nos espaços de poder, por serem os únicos de sua origem territorial e racial nesses espaços e por perceberem que tais espaços não foram projetados para eles. Também se quebram pela falta de estrutura para permanecerem nos referidos espaços e pela estrutura social que age para que eles não permaneçam em tais lugares.

Segundo o Relatório Global Entrepreneurship Monitor (2007), as condições de estrutura empresarial são a soma de: 1. fatores econômicos; 2. políticas públicas que afetam as oportunidades percebidas de empreendedorismo; e 3. as capacidades dos próprios empreendedores. É com base em tais ativos que os empreendedores fazem novas combinações para criar novas empresas (Benneworth, 2004). Dado que a existência de determinados ativos facilita tal processo, a ausência deles, por consequência, dificulta ou até mesmo impede o desenvolvimento de novos negócios. A falta de ativos empresariais sugere que os resultados individuais são mais difíceis de alcançar e menos propensos a resultar em um sistema empreendedor eficaz.

Tendo em vista o acesso aos ativos elencados, é possível perceber que os empresários aos quais os modelos de processo empreendedor tratam já nasceram em um estado de possibilidade e emancipação dentro do paradigma econômico existente (Denning, 2010, p. 79), realidade esta que não é a dos moradores das periferias. Há contextos e lugares em que os princípios centrais do discurso não fazem sentido, uma vez que as abordagens de empreendedorismo que são utilizadas estão baseadas no discurso dominante da sociedade do consumo, ou seja, na geração de riqueza econômica e sucesso empresarial por meio da exploração de mercado.

Roberts e Barley (2004) e Saxenian (2006) afirmam que a vantagem diferencial de locais centrais em atrair boas pessoas e serem notados pelo mundo mais amplo tende a desviar a atenção dos investidores de empreendimentos localizados nas periferias. Como resultado, negócios mais tradicionais apresentam níveis mais elevados de concentração nas regiões periféricas do que as empresas de alta tecnologia. Também é concebível que as empresas de tecnologias da informação e comunicação que estão sediadas nas periferias, e que percebem que são menos eficazes por causa da sua localização, se movam para locais mais centrais (Van Stel; Suddle, 2008).

Este movimento dá origem ao que Copus e Macleod (2001) chamam de “tirania da distância”. O termo é usado como forma de conceituar as desvantagens das periferias na criação e surgimento de negócios em termos de redes, internet, custos e baixa qualidade de serviços. O isolamento traz desvantagens aos negócios e por vezes aumentam os custos de aquisição de clientes.

Apesar da tirania da distância, Copus e Macleod (2001) afirmam que o uso de TICs em modelos de negócios é considerado um meio de alcançar o desenvolvimento econômico uma vez que aumenta consideravelmente a conectividade em áreas periféricas mesmo que estas sofram com desvantagens em termos de banda larga e velocidade. Os empreendimentos na periferia que utilizam TICs em seus modelos de negócios criam um meio de alcançar desenvolvimento econômico através do aprimoramento da conectividade nas periferias, mesmo sofrendo com as desvantagens de acesso de banda larga e velocidade.

3 Método de Pesquisa

O método utilizado foi de história oral, fazendo o recorte para o período de vida considerado pelas pessoas entrevistadas o início do desenvolvimento da sua empresa até o momento em que as entrevistas foram realizadas. Foram entrevistadas sete pessoas que residem nas periferias da cidade de São Paulo e que possuem negócios sediados nesses territórios; empreendem um negócio com fins lucrativos; utilizam TICs como parte principal do modelo de negócio e não apenas como incremento; e possuíam negócios com mais de um ano de operação na data da entrevista. Esse último elemento foi importante para assegurar que as pessoas entrevistadas haviam começado seus negócios antes da pandemia de COVID-19 - evento este que obrigou muitas pessoas a migrarem seus negócios para modelos com TICs ou que fizessem uso delas como canal de vendas devido às restrições de circulação.

As entrevistas foram realizadas com uma pergunta aberta no intuito de encorajar a pessoa entrevistada a formular uma narrativa, encadeando os fatos em uma história espontânea e permitindo que os pontos da narrativa apresentados por Adam (2008) pudessem ser encontrados. Tais entrevistas foram gravadas em áudio e vídeo, transcritas em ferramenta específica e revisadas. Para elucidar os pontos marcantes da narrativa, ao final de cada entrevista foi pedido que a pessoa entrevistada elencasse, em forma de linha do tempo, os pontos marcantes na história de sua empresa, junto com os motivos que fizeram aquele

momento ser marcante e as implicações decorrentes. O registro dessa linha do tempo foi feito utilizando a ferramenta Padlet, específica para esta finalidade

A análise foi feita com base na história empreendedora contada pelas sete pessoas entrevistadas, sendo uma análise de forma descritiva e com foco nos elementos que apareceram em comum em todas elas. Foram selecionados homens e mulheres, de raça/cor branca e negra, moradores de diferentes regiões da cidade, contemplando as Zonas Norte, Sul e Leste. Não foram encontrados empreendedores no perfil delineado para esta pesquisa residentes na Zona Oeste da Cidade de São Paulo. Somada à análise narrativa, utilizou-se elementos da análise de conteúdo para interpretação dos resultados obtidos usando Bardin (2011).

Ao final foi feito um trabalho de correspondência entre as necessidades dos empreendedores e a atuação de organizações dinamizadoras de forma a propor recomendações para que tais organizações possam trabalhar com esse perfil de empreendedor respeitando suas especificidades.

4 Análise dos Resultados

Os resultados da análise das entrevistas levaram a descoberta de um processo empreendedor que une aspectos apresentados por diferentes autores, inclusive fora do contexto empreendedor, que foram compilados em 5 marcos, partindo dos eventos relatados, conforme descritos no quadro resumo e no detalhamento a seguir.

4.1 Contato Inicial com o empreendedorismo

O primeiro marco, denominado como “Contato Inicial com o Empreendedorismo”, abrange o primeiro contato com o empreendedorismo e outras pessoas empreendedoras.

O primeiro evento deste marco, “Empreender como forma de trabalho”, é onde percebem, ainda quando crianças, que pessoas próximas a elas como pai, mãe, tio, tia, avô, avó não têm um trabalho formal, mas desenvolvem atividades próprias e por vezes braçais para obter o dinheiro necessário para o sustento da família. Esse contato inicial se dá pela busca de recursos e participação econômica de pessoas próximas às entrevistadas, como afirma Rae (2017).

Neste momento acontece o segundo evento, a “Percepção do que é ter o próprio negócio”. Isso se dá pelo entendimento de que esta pessoa próxima, quando não tem um trabalho formal, desenvolve para si um próprio trabalho, tornando-se dono da sua própria força de trabalho. Em alguns casos é possível ver a percepção de mudança de *status* social e forma de ser quem são sem a necessidade de adequação às normas vigentes no mercado..

4.2 Acesso ao Ensino Superior

O segundo marco, “Acesso ao Ensino Superior” indica a entrada das pessoas entrevistadas no ensino superior, sendo cinco delas as primeiras da família a ingressar em uma universidade. O acesso a esse nível de educação formal traz consigo os eventos de “Acesso a novos conhecimentos, saberes e formas de fazer” e também “Possibilidades de futuro”.

A entrada no ensino superior aparece como um fato muito relevante na trajetória das pessoas entrevistadas. Isso porque elas ampliam seu repertório e têm acesso a novas ferramentas para ver o mundo ao seu redor, entre elas a tecnologia e o uso de soluções em tecnologia, afetando diretamente a maneira como estão inseridas e veem seus contextos e ampliando seu repertório

para identificação de oportunidades e resolução de problemas. Essa ampliação de repertório se liga ao que o GEM (2017) cita como condições necessárias para a estrutura empresarial, uma vez que tais conhecimentos aumentam as capacidades das próprias empreendedoras e se tornam ativos para que novas combinações entre recursos sejam feitas e novas empresas surjam (Benneworth, 2004).

4.3 Entrada no mercado de trabalho

O terceiro marco, chamado de “Entrada no mercado de trabalho”, acontece de forma concomitante ao marco anterior, “Acesso ao Ensino Superior”. Ao obter o primeiro trabalho as pessoas entrevistadas vivem o evento “Quem eu sou *versus* Quem o mercado espera que eu seja” pois tal mercado rejeita determinadas características físicas e também confronta seus valores.

Essa rejeição acaba, por vezes, afugentando essas pessoas do mercado de trabalho formal e não “permitindo” o seu retorno devido aos choques de valores e também às características físicas que essas pessoas possuem. Em um dos casos, nem o ensino superior foi capaz de ajudar a pessoa entrevistada a ser absorvida pelo mercado em funções para as quais possuía qualificação para atuar.

Aqui é possível encontrar uma evidência do que D’Andrea (2020) chama de trajetórias quebradas. Ela se dá pela tentativa de ingresso no mercado de trabalho e, ao estar neste lugar, ter a percepção de que eles não foram desenhados para elas, não dialogam com seus valores fundamentais e nem são capazes de suportar suas ambições para o presente e futuro. O resultado é a quebra da relação e a saída dessas pessoas de tais espaços.

4.4 Escolha do empreendedorismo como forma de vida

O quarto marco, “Escolha do empreendedorismo como forma de vida”, traz a percepção das pessoas entrevistadas de que poderiam fazer uso do empreendedorismo como forma de, além da geração de renda para o seu sustento, gerar transformação e inclusão para outras pessoas, o que dá origem ao evento “Valores pessoais como guia para construção de uma empresa”.

Os atributos individuais das pessoas entrevistadas e o ambiente em que estão inseridas dão origem à identificação da oportunidade, como Shane (2003) e Gartner (1985) explicam. O uso desses atributos individuais também é confirmado por Sarasvathy (2005) ao explicar como os empreendedores fazem uso daquilo que são e possuem de recursos para iniciar um negócio.

Os participantes entrevistados usaram seus valores (quem são) para orientar a construção do negócio e da cultura interna. Um fator importante que aparece nas entrevistas é o desejo de romper com o padrão social existente mencionado pelas pessoas entrevistadas, alterando aspectos como condições de trabalho, valorização do indivíduo e pagamento de salários mais altos do que o mercado costuma pagar, além da preocupação em criar espaços psicologicamente seguros para o trabalho.

Quando se inicia o processo de criação da empresa propriamente dito, é possível perceber que não há um planejamento prévio por parte desses empreendedores.. Eles identificam uma necessidade, que por vezes parte de si mesmos, e começam a imaginar um futuro em que esta necessidade não exista mais. Com isso em mente, procuram formas de executar sua visão, criando um caminho entre a realidade que vivem hoje e a realidade futura que imaginaram ser possível existir. Tal achado corrobora com a teoria do *effectuation* apresentada por Fisher (2012) e também por Sarasvathy (2001, 2006).

Diferente do que Shane (2003) aponta em seu modelo, esses empreendedores não têm o lucro como principal motivação para exploração de oportunidades. Os achados das entrevistas mostram uma preocupação primária com a mudança de paradigma atual e com a criação de uma realidade em que o problema encontrado não mais exista.

Nesse sentido, a necessidade de abraçar a incerteza e correr riscos, a demanda de intencionalmente criar uma organização apresentadas por Shane (2003) e o aproveitamento das surpresas como possibilidade de desenvolvimento do negócio apresentado por Sarasvathy (2001, 2006) aparecem com frequência nos relatos.

Em paralelo a isso é possível notar os eventos “Desejo pela autonomia” com a busca por fazer as coisas da maneira que acreditam ser a correta e “Idealização da mudança”, em que são capazes de imaginar um futuro no qual o problema encontrado não existe mais e como seria este futuro.

Na criação dos modelos de negócio também é possível identificar a reorganização de modelos que já existem no mercado como Shane (2003) menciona. As pessoas entrevistadas fizeram essa reorganização a partir da visão de futuro, como Sarasvathy (2001, 2006) explica, e para alcançarem tal realização usaram modelos de negócio, ferramentas e recursos já existentes para criar novas possibilidades.

Também é possível ver que os empreendedores entrevistados imaginam um futuro e passam a orientar a construção desse futuro por meio de sua imaginação. Essa visão de futuro nasce das desigualdades que atravessam o território em que estão (Tommasi, 2018), mas também vão além, levando em consideração aspectos relacionados a gênero e raça em alguns casos. Ademais, elas estão construindo empresas baseadas em comunidade e solidariedade, pensamento inovador alternativo, criando um sistema econômico que serve às pessoas e aos aspectos de solidariedade e comunidade, características essas mapeadas por Imas, Wilson e Weston (2012).

Outro aspecto percebido nesse evento é como empreender um negócio com TICs é considerado a opção ideal pelas pessoas entrevistadas, deixando de lado os modelos de negócio tradicionais com os quais tiveram contato no marco “Contato Inicial com o empreendedorismo”. É possível dizer que o acesso aos conhecimentos adquiridos no marco “Acesso ao Ensino Superior” e a popularização do uso de soluções baseadas em TICs como aplicativos de celular, fizeram com que as pessoas entrevistadas buscassem modelos semelhantes. A isso soma-se o desejo de mudar a realidade de uma grande quantidade de pessoas por meio da entrega da solução de negócio que desejam criar, o que é facilitado pelo uso das TICs.

4.5 Enfrentando os desafios do crescimento

Em seguida, o quinto marco “Enfrentando os desafios do crescimento” trata das dificuldades e desafios de fazer o negócio crescer. Muitas dessas dificuldades, apontadas pelas entrevistadas, surgem dos eventos “O que quero fazer versus o que o mercado espera que eu faça”.

No evento “Dificuldades de adaptação” as pessoas entrevistadas apontam dores como entender o que o mercado quer e como o mercado funciona. O fato de os exemplos de empreendedorismo próximo a elas serem de pessoas que empreenderam por necessidade e em negócios tradicionais, e agora elas serem as primeiras pessoas da família a chegarem no empreendedorismo por oportunidade e com TICs, traz consigo desafios particulares relacionados a aspectos como a falta de acesso a redes de relacionamento que podem alavancar seus negócios com conhecimento e dinheiro. A falta de conhecimento sobre como empreender negócios em TICs as fazem seguir a lógica do empreendedorismo tradicional,

pois é a única coisa que viram e tiveram contato. É o que sabem fazer e sabem como funciona mas também é o que limita e, por vezes, impede que a mudança idealizada por eles se concretize.

O último evento encontrado nesta análise refere-se ao “Desenvolvimento Interrompido”, momento de pausa ou desaceleração nos negócios devido às dificuldades de seguir com eles. Tais dificuldades referem-se à ausência de recurso financeiro para o desenvolvimento tecnológico da solução na qual o negócio está baseado e de formas de conseguir o montante necessário.

Conforme menciona o GEM (2017), são necessários além da capacidade dos empreendedores e das condições de políticas públicas, fatores econômicos para o sucesso dos negócios. Aqui vemos na prática que a ausência deste último fator tem resultado na interrupção do desenvolvimento de negócios em TICs nas periferias de São Paulo.

Segundo Shane (2003), ter sucesso no empreendimento não é uma condição necessária para o empreendedorismo. Apesar disso, foi possível notar durante as entrevistas o ar de tristeza que cercava a fala das pessoas entrevistadas pela dificuldade de conseguirem fazer o negócio crescer de forma consistente. Ao mesmo tempo, foi possível notar o desejo de seguir em frente, em busca de caminhos possíveis para viabilizar o desenvolvimento tecnológico das soluções e a existência do negócio por acreditarem na importância e relevância da mudança que querem causar.

5 Discussão dos Resultados

O que pode ser visto é que o processo de quem empreende com TICs nas periferias de centros urbanos em São Paulo envolve mais aspectos e complexidades do que os listados na literatura de empreendedorismo. Apesar dos autores desse tema citarem o ambiente e o acesso a recursos como fatores que compõem o processo empreendedor, quando se fala de empreendedores de TICs nas periferias aspectos como a influência de referências anteriores, acesso ao Ensino Superior, empreender como forma de trabalho, possibilidade de futuro, ferramenta para autonomia e criação de novas realidades aparecem aqui como principais especificidades.

Nesse processo empreendedor uma especificidade que sobressai é a assimilação do uso de TICs por parte das pessoas entrevistadas. O aumento do acesso à internet bem como de aplicativos e outros modelos de solução que fazem uso desse princípio traz uma nova perspectiva de meio para resolução de problemas que impactam muitas pessoas. A concretização da idealização da mudança de realidades em que muitas pessoas vivem - o que podem ou não ser problemas sistêmicos - se torna viável por meio do uso de TICs nos negócios, ao ser uma forma de fazer com que a solução idealizada chegue a um grande número de pessoas e seja capaz de mudar a realidade de forma consistente e massiva, fazendo com que essas pessoas passem a viver em uma nova realidade - realidade essa em que o problema que motivou a criação da empresa não exista mais. Se antes o modelo de negócio tradicional dos familiares com os quais as pessoas entrevistadas tiveram contato resolviam questões de sobrevivência da família, os empreendimentos das pessoas entrevistadas nesta pesquisa buscam resolver problemas que extrapolam seu âmbito familiar e surgem como oportunidades de mercado para criação de empresas com largo alcance.

Apesar desse desejo, os empreendedores se deparam com desafios relacionados ao conhecimento de gestão de uma empresa de TIC e o desenvolvimento das soluções que idealizaram. Entre o desejo de fazer e o conseguir fazer de fato surge um distanciamento que gera uma interrupção no desenvolvimento do negócio. Para continuar os empreendedores

adotam práticas de modelos de negócio tradicionais, o que os afasta do modelo em TIC e da escala almejada inicialmente. E aqui reside o principal desafio para quem está na periferia e empreende um negócio com TICs: como gerir uma empresa que não se conhece o modelo de gestão e de operação? Como transpor os conhecimentos adquiridos em modelos de negócio tradicionais para um negócio em tecnologia que por si exige abordagens diferentes para sobreviver?

Dentro da análise feita uma parte dessas respostas se apresenta por meio da educação empreendedora no formato de programas de apoio a negócios das periferias que fazem uso de TICs ao oferecer suporte com profissionais especializados e recursos financeiros. Porém, seja por uma necessidade de tempo maior de acompanhamento, seja pela necessidade de um montante maior de capital financeiro, os desafios persistem mesmo para aqueles que passam pelos programas.

Abaixo é apresentado o compilado do que pode ser considerado o processo empreendedor com TICs nas periferias urbanas, levando em conta as especificidades do contexto. É importante dizer que os aspectos apresentados podem não acontecer de forma linear, havendo fluidez entre si e os momentos em que se apresentam no processo empreendedor de cada pessoa.

Tabela 1: Processo empreendedor com TICs nas periferias urbanas

Aspecto/Evento	Conceituação	Variáveis/Evidências
Referências de empreendedorismo	Contato com o conceito prático de empreendedorismo, que forma o imaginário, a mentalidade, a visão e as referências que podem ou não ser seguidas	Familiares e parentes empreendedores O que a mídia diz que é empreendedorismo e sucesso
Acesso a conhecimento social	Aquisição de repertório capaz de decodificar fenômenos estruturais e atravessamentos sociais	Aquisição de novas percepções de mundo por meio do ingresso na universidade Melhor entendimento sobre atravessamentos sociais Contato mais amplo com soluções em TICs
Idealização da Mudança	Imaginação de como suas vidas e de seus pares seriam se os fenômenos estruturais e os atravessamentos sociais identificados por eles deixassem de existir	Questionamento da realidade Uso do “E se...?”
Estruturação da organização	Organização da visão de mundo em um modelo de negócio viável para resolução do problema identificado	Conhecimento de ferramentas capazes de construir uma solução Uso de TICs como forma de alcançar mais pessoas e criar uma nova realidade coletiva

Aspecto/Evento	Conceituação	Variáveis/Evidências
Angariar conhecimento em gestão e recursos financeiros	Percepção de que seus recursos (conhecimento e financeiro) não são suficientes para resolver o problema proposto. Inicia-se a busca por apoio externo, principalmente financeiro	Busca por pessoas, programas de apoio e organizações que disponibilizam recursos para empreendedores
Trajatórias Quebradas	Saída dos espaços por perceberem que seus valores, sua idealização de mudança e seus conhecimentos não servem e/ou não são aceitos.	Sentimento de inadequação, não pertencimento e situações de exclusão causadas pelo desconhecimento do conteúdo técnico e acessos tanto a pessoas como a recursos. Percepção de que não são “bem-vindos” nos espaços em que assuntos de empreendedorismo em TICs são tratados.

Fonte: Elaborado pelo autor

6 Conclusões

Com base na análise realizada até aqui, o que pode ser visto é que o processo de quem empreende com TICs nas periferias de centros urbanos em São Paulo envolve mais aspectos e complexidades do que os listados na literatura de empreendedorismo. Apesar dos autores desse tema citarem o ambiente e o acesso a recursos como fatores que compõem o processo empreendedor, quando se fala de empreendedores de TICs nas periferias aspectos como a influência de referências anteriores, acesso ao Ensino Superior e o empreender como forma de trabalho, possibilidade de futuro, ferramenta para autonomia e criação de novas realidades aparecem aqui como principais especificidades.

Nesse processo empreendedor uma especificidade que sobressai é a assimilação do uso de TICs por parte das pessoas entrevistadas. O aumento do acesso à internet bem como de aplicativos e outros modelos de solução que fazem uso desse princípio traz uma nova perspectiva de meio para resolução de problemas que impactam muitas pessoas. A concretização da idealização da mudança de realidades em que muitas pessoas vivem - o que podem ou não ser problemas sistêmicos - se torna viável por meio do uso de TICs nos negócios, ao ser uma forma de fazer com que a solução idealizada por esses empreendedores chegue a um grande número de pessoas e seja capaz de mudar a realidade de forma consistente e massiva, fazendo com que essas pessoas passem a viver em uma nova realidade - realidade essa em que o problema que motivou a criação da empresa não exista mais. Se antes o modelo de negócio tradicional dos familiares com os quais as pessoas entrevistadas tiveram contato resolviam questões de sobrevivência da família, os empreendimentos das pessoas entrevistadas nesta pesquisa buscam resolver problemas que extrapolam seu âmbito familiar e surgem como oportunidades de mercado para criação de empresas com largo alcance.

Apesar desse desejo, os empreendedores se deparam com desafios relacionados ao conhecimento de como gerir e prosperar uma empresa de TIC e como desenvolver as soluções que idealizaram. Entre o desejo de fazer e o conseguir fazer de fato surge um distanciamento que gera uma interrupção no desenvolvimento do negócio. Para continuar os empreendedores adotam práticas de modelos de negócio tradicionais, o que os afasta do modelo em TIC e da escala almejada inicialmente. E aqui reside o principal desafio para quem está na periferia e

empreende um negócio com TICs: como gerir uma empresa que não se conhece o modelo de gestão e de operação? Como transpor os conhecimentos adquiridos em modelos de negócio tradicionais para um negócio em tecnologia que por si exige abordagens diferentes para que possa sobreviver?

Dentro da análise feita uma parte dessas respostas se apresenta por meio da educação empreendedora no formato de programas de apoio a negócios das periferias que fazem uso de TICs ao oferecer suporte com profissionais especializados e recursos financeiros. Porém, seja por uma necessidade de tempo maior de acompanhamento, seja pela necessidade de um montante maior de capital financeiro, os desafios persistem mesmo para aqueles que passam pelos programas.

Com isso, é possível concluir que o processo empreendedor de pessoas que empreendem negócios em TICs nas periferias de São Paulo têm semelhanças com o processo empreendedor descrito na literatura quando olhamos para os marcos, porém os eventos que integram esses marcos fazem com que esse processo se diferencie em especificidades que perpassam a cultura local, questões sociais, acesso à educação, tecnologia e recursos financeiros.

Espera-se que esta pesquisa contribua para um melhor entendimento sobre o processo empreendedor de quem está nas periferias da cidade de São Paulo empreendendo um negócio com TICs, proporcionando um ambiente mais propício para o nascimento, desenvolvimento e maturação desse perfil de negócio e da pessoa empreendedora.

Apesar do caminho apresentado pelos resultados, é importante frisar que, por não haver uma pesquisa comparativa entre o processo empreendedor com TICs e o processo empreendedor sem TICs nos mesmos territórios, não é possível afirmar que os eventos e marcos encontrados nesta pesquisa podem ou não ser exclusivos de empreendedores de negócios com TICs. Sugere-se que tal comparativo seja feito e que outros capazes de levar em consideração interseccionalidades como o impacto de raça/cor nesses territórios, o impacto de gênero e orientação sexual associado aos territórios, o impacto da idade do empreendedor e o tempo de dedicação parcial ou integral ao negócio, e a posição de mantenedor ou não da família nesse processo.

Referências

- Adam, J. M. (2018). *A linguística textual: introdução à análise textual dos discursos*. São Paulo: Cortez.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Barki, E. E.R. et al. In Search of Inclusive Social Entrepreneurship. *Stanford Social Innovation Review Brasil*. v. 20 n. 3 2022
- Benneworth, P. (2004). In what sense ‘regional development?’: entrepreneurship, underdevelopment and strong tradition in the periphery. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(6), 439–458. <https://doi.org/10.1080/0898562042000249786>
- Bruyat, C. & Julien, P. A.. (2001). Defining the field of research in Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*. 16(2), mar, p. 165-180. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00043-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00043-9)
- Cooper, A.; Gimeno-Gascon, F., Woo, C. Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing*, Elsevier, vol. 9 (5), pages 371-395, Sep. 1994
- Copus, A.; Macleod, M. (2001) The changing nature of peripherality. Institute of Spatial Planning, *Proceedings of the Conference at the University of Dortmund*.

- Denning, M. (2016). Wageless Life. In A. Eckert (Ed.), *Global Histories of Work* (pp. 273-290). Berlin, Boston: De Gruyter Oldenbourg. <https://doi.org/10.1515/9783110437201-011>
- D'Andrea (2020) T. Contribuições para a definição dos conceitos periferia e sujeitas e sujeitos periféricas. *Novos estudos CEBRAP*, 39 (1) <https://doi.org/10.25091/S01013300202000010005>
- Gartner, W. B. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Management Review*, 10(4), 696–706. <https://doi.org/10.2307/258039>
- GLOBAL Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil. (2011). <http://gestaoportal.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temasestrategicos/empreendedorismo/Livro%20GEM%20Brasil%202011>.
- GLOBAL Entrepreneurship Monitor. Reporte Nacional de Chile. Chile: Universidad del Desarrollo. (2007). <https://negocios.udd.cl/files/2010/10/reporte-gemchile-2007-2008.pdf>
- Obersteiner, M. (1999). What makes economically successful regions in Europe successful? Implications for transferring success from West to East. In: *Proceedings of the Conference "Systems Analysis in Economics*, 3-5 <https://pure.iiasa.ac.at/5861>
- Imas, J. M., Wilson, N., & Weston, A. (2012). Barefoot entrepreneurs. *Organization*, 19(5), 563-585. <https://doi.org/10.1177/1350508412459996>
- Ismail, S; Gees, Y.V.; Malone; M.S (2018). *Organizações exponenciais: Por que elas são 10 vezes melhores, mais rápidas e mais baratas que a sua (e o que fazer a respeito)*. Rio de Janeiro: Alta Books.
- Moroz, P. W., & Hindle, K. (2012). Entrepreneurship as a Process: Toward Harmonizing Multiple Perspectives. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 781-818. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00452.x>
- QUINTESSA. Estudo Sobre Empreendedorismo da Periferia de São Paulo [2020]. Disponível em: <http://conteudos.quintessa.org.br/estudo-periferia> Acesso em: 30 jun. 2020.
- Rae, D. (2017), "Entrepreneurial learning: peripherality and connectedness", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 23 No. 3, pp. 486-503. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-05-2016-0132>
- Rede Nossa São Paulo. Mapa da Desigualdade de São Paulo 2024. São Paulo: Rede Nossa São Paulo, 2024. Disponível em: <https://www.nossasaopaulo.org.br/>. Acesso em: 27.05.2025
- Reynolds, P. & Bygrave, W. & Autio, E. & Cox, L. & Hay, M.. (2003). Global Entrepreneurship Monitor: 2002 *Executive Report*. <http://doi.org/10.13140/RG.2.1.1977.0409>
- Sarasvathy, S. (2001). Causation and Effectuation: Toward A Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. *The Academy of Management Review*. 26. <http://doi.org/10.5465/AMR.2001.4378020>
- Sarasvathy, S. (2006) *Effectuation: elements of entrepreneurial expertise*. Massachusetts: Edward Elgar Publishing Inc.
- Saxenian, A. (2006). *The New Argonauts: Regional Advantage in a Global Economy*. Cambridge, USA: Harvard University Press
- Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Sexton, E.A.; Robinson, P.B. *The economic and demographic determinants of selfemployment*. In R.H. Brockhaus et al., eds., *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College, p. 28-42. 1989.
- TIC Domicílios. Acesso às tecnologias da informação e comunicação (2024).: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2024_principais_resultados.pdf

Tommasi, L. (2018) Entrepreneurship and cultural activism in brazilian peripheries. *H-ermes: Journal of Communication*. Lecce LE,Italy: Spazialità
<https://doi.org/10.1285/i22840753n13p167>

De Tommasi, L., & Velazco, D. (2013). A produção de um novo regime discursivo sobre as favelas cariocas e as muitas faces do empreendedorismo de base comunitária. *Revista Do Instituto De Estudos Brasileiros*, 56, 15-42.
<https://doi.org/10.11606/issn.2316-901X.v0i56p15-42>