

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, CONTABILIDADE E ATUÁRIA
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL EM EMPREENDEDORISMO

DAIANE DE ALMEIDA PEREIRA

Negócios da quebrada:
uma análise do processo empreendedor de quem empreende
com tecnologia nas periferias de São Paulo

SÃO PAULO

2023

Prof. Dr. Carlos Gilberto Carlotti Junior
Reitor da Universidade de São Paulo

Prof^a. Dr^a. Maria Dolores Montoya Diaz
Diretora da Faculdade de Administração, Economia, Contabilidade e Atuária

Prof. Dr. João Maurício Gama Boaventura
Chefe do Departamento de Administração

Prof^a. Dr^a. Graziella Maria Comini
Coordenadora do Programa de Mestrado Profissional em Empreendedorismo

Daiane de Almeida Pereira

Negócios da Quebrada: uma análise sobre o
processo empreendedor de quem empreende com
tecnologia nas periferias de São Paulo

DAIANE DE ALMEIDA PEREIRA

Negócios da quebrada:

Uma análise do processo empreendedor de quem empreende com tecnologia nas
periferias de São Paulo

Versão Corrigida

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Empreendedorismo do Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária da Universidade de São Paulo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências.

Orientadora: Prof^a. Dr^a Graziella Maria Comini

São Paulo

2023

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica, desenvolvido pelo Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação, da Universidade de São Paulo.
Catalogação da Publicação (CIP)

Ficha Catalográfica com Dados Inseridos pela Autora

Pereira, Daiane de Almeida

Negócios da Quebrada: uma análise sobre o processo empreendedor de quem empreende com tecnologia nas periferias da cidade de São Paulo / Daiane de Almeida Pereira; orientadora Prof^a. Dr^a. Graziella Maria Comini. São Paulo, 2023

141p.

Dissertação (Mestrado) Mestrado Profissional em Empreendedorismo, Universidade de São Paulo, Faculdade de Administração, Economia, Contabilidade e Atuária. São Paulo, 2021.

Versão corrigida

1. Empreendedorismo na Periferia. 2. Processo Empreendedor. 3. Empreendedorismo em tecnologia. 4. Periferias de São Paulo. 5. Tecnologias da Informação e Comunicação. 6. História Oral. 7. Análise de Conteúdo. 8. Análise de Narrativa. I. Comini, Graziella Maria, orient. II. Título.

Nome: PEREIRA, Daiane de Almeida

Título: Negócios da quebrada: uma análise sobre o processo empreendedor de quem empreende com tecnologia nas periferias da cidade de São Paulo

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Empreendedorismo do Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária da Universidade de São Paulo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências.

Aprovado em 30/11/2023

Banca Examinadora

Prof. Dr. Edgard Elie Roger Barki

Instituição: Fundação Getúlio Vargas

Julgamento: Aprovada

Prof. Dr. Edson Sadao Iizuka

Instituição: Fundação Educacional Inaciana Pe. Sabóia de Medeiros

Julgamento: Aprovada

Prof. Dra. Jane Aparecida Marques

Instituição: Universidade de São Paulo

Julgamento: Aprovada

Dedico este trabalho aos meus ancestrais que, mesmo proibidos de frequentar a escola no Brasil, sonharam com este dia para mim, sua descendente.

E a toda pessoa que empreende em tecnologia em uma periferia da cidade de São Paulo. Vocês estão escrevendo uma nova história.

AGRADECIMENTOS

Agradeço imensamente à querida Ana Clara Blanco, amiga emocionalmente próxima, que me apoiou em todo o processo de ingresso no Mestrado Profissional em Empreendedorismo e com quem tive ricas trocas durante a escrita desta dissertação.

À insistência da Liliane Sertório para que eu fizesse o processo seletivo do programa.

À Prof^ª. Dr^ª. Graziella Comini, que acolheu minha pesquisa, respeitou meus pontos de vista e que durante toda a minha permanência no mestrado buscou formas de fazer o MPE ser um lugar acolhedor para pessoas negras e suas pesquisas.

À Prof^ª. Dr^ª. Jane Aparecida Marques por todo auxílio e incentivo desde o momento que soube do meu interesse pelo Programa de Mestrado Profissional em Empreendedorismo.

À Eloya, que me conheceu virtualmente, me convidou a compartilhar minha história de ingresso no Mestrado Profissional em Empreendedorismo com outras pessoas no Pretos no Mestrado e me incentivou fortemente, através da sua própria história e de suas palavras de encorajamento, a chegar ao fim desta jornada com esta pesquisa entregue.

Ao Alan, que esteve comigo no primeiro ano deste programa e que me celebrou desde a primeira vez que me viu, na prova específica do processo seletivo. Poder contar com o acolhimento de outra pessoa negra na mesma sala foi muito significativo nesta trajetória.

Ao Emicida, por me inspirar com suas músicas e em seus versos dizer, por tantas vezes, que ser quem eu sou é motivo de orgulho para os meus ancestrais, que posso falar de coisas além das minhas cicatrizes e que o pódio é um lugar natural para mim.

Ao Tiaraju D'Andrea e a Sara Sarasvathy, autores que mostram em suas produções a realidade de pessoas por vezes esquecidas e deixadas de lado. Foi nesses autores que encontrei o real significado de inovação em empreendedorismo.

À Thais Piffer e ao Maurício Vidor, pessoas que reconheceram minha competência e me permitiram ser uma das gestoras do Programa Vai TEC. Trabalhar com empreendedores nas periferias de São Paulo naquele programa foi fundamental para que esta pesquisa existisse.

A cada pessoa empreendedora que cedeu parte do seu tempo e que, de forma mais do que generosa, compartilhou comigo sua história de vida e de processo empreendedor para que esta pesquisa existisse. Os aprendizados que tive com vocês me tornaram uma profissional e uma pesquisadora melhor e sou grata por isso.

Esses boy conhece Marx

Nóiz conhece a fome

Então cerra os punho e sorria

E jamais volte pra sua quebrada de mão e mente vazia

(EMICIDA; RAEL, 2013)

RESUMO

O principal objetivo desta pesquisa é descrever as especificidades do processo empreendedor de pessoas que residem nas periferias urbanas da cidade de São Paulo e que estão empreendendo negócios que façam uso das tecnologias da informação e comunicação (TICs) nos seus modelos de negócio. Existe uma série de estudos sobre a relação de regiões consideradas periféricas e suas dinâmicas empreendedoras com relação às regiões consideradas centrais. Contudo, pouco se fala sobre a dinâmica e particularidades do processo empreendedor de quem está à frente de negócios em regiões periféricas urbanas e muito menos sobre aqueles que empreendem usando TICs. Por meio de uma pesquisa bibliográfica que abordou conceitos do processo empreendedor, as características do processo empreendedor nas periferias, a formação de áreas extremas na cidade de São Paulo e a forma como o território influencia a maneira de seus residentes se apresentarem ao mundo, buscou-se a estruturação desses conhecimentos para esta pesquisa. Em termos de método, esta dissertação se caracteriza como exploratória, sendo uma pesquisa descritiva e de abordagem qualitativa, com uso de história oral, análise narrativa e de conteúdo para atingir seus objetivos. Foram entrevistadas pessoas empreendedoras residentes e com empreendimentos sediados nas periferias das regiões norte, sul e leste da cidade de São Paulo, de negócios com fins lucrativos, que utilizam TICs no modelo de negócio e possuem, em média, 5 anos de existência. Com esses elementos, a análise foi conduzida e os resultados mostraram que, pela amostra em questão, existem diferenças significativas entre empreender nas periferias urbanas e em outras regiões. Os marcos do processo empreendedor destes indivíduos por vezes se assemelha ao processo empreendedor descrito na literatura, porém apresenta diferenças significativas quando olhamos a motivação para a existência do negócio, as quais buscam levar acesso aos grupos aos quais os empreendedores pertencem, e o ensino superior como um fator chave para que a tecnologia seja utilizada como recurso para o modelo de negócio, diferenciando esses empreendedores de outros que também estão nas periferias. Além disso, destaca-se a Mentalidade, Visão de Mundo e Falta de pertencimento como dificultadores do processo desses indivíduos, enquanto o apoio de pessoas próximas e as referências positivas como facilitadores de tal processo.

Palavras chave: Empreendedorismo na Periferia; Processo Empreendedor; Empreendedorismo em tecnologia; Periferias de São Paulo; Tecnologias da Informação e Comunicação; História Oral; Análise Temática De Conteúdo; Análise de Narrativa.

ABSTRACT

The main objective of this research is to describe the specificities of the entrepreneurial process of people living in the urban peripheries of the city of São Paulo who are starting businesses that use information and communication technologies (ICTs) in their business models. There are a number of studies on the relationship between regions considered peripheral and their entrepreneurial dynamics in relation to regions considered central. However, little has been said about the dynamics and particularities of the entrepreneurial process of those who run businesses in peripheral urban regions, and even less about those who undertake using ICTs. By means of a bibliographical survey that covered concepts of the entrepreneurial process, the characteristics of the entrepreneurial process in the peripheries, the formation of extreme areas in the city of São Paulo and the way in which the territory influences the way its residents present themselves to the world, we sought to structure this knowledge for this research. In terms of method, this dissertation is characterized as exploratory, descriptive and qualitative, using oral history, narrative and content analysis to achieve its objectives. Entrepreneurs were interviewed who were residents and had ventures based in the peripheries of the northern, southern and eastern regions of the city of São Paulo, with for-profit businesses that use ICTs in their business model and have been in existence for an average of five years. With these elements, the analysis was conducted and the results showed that, for the sample in question, there are significant differences between entrepreneurship in the urban peripheries and in other regions. The milestones of the entrepreneurial process of these individuals sometimes resemble the entrepreneurial process described in the literature, but there are significant differences when we look at the motivation for the existence of the business, which seeks to bring access to the groups to which the entrepreneurs belong, and higher education as a key factor for technology to be used as a resource for the business model, differentiating these entrepreneurs from others who are also in the peripheries. In addition, Mentality, Worldview and Lack of Belonging stand out as hindering the process for these individuals, while the support of people close to them and positive references stand out as facilitating this process.

Keywords: Entrepreneurship in the Periphery; Entrepreneurial Process; Technology Entrepreneurship; Peripheries of São Paulo; Information and Communication Technologies; Underprivileged areas; Outskirts; Disadvantaged areas.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Evolução das publicações sobre periferia e empreendedorismo entre 1996 e julho de 2020	34
Figura 2: Áreas de estudo sobre periferia e empreendedorismo entre 1996 e julho de 2020	35
Figura 3: Temas abordados nas áreas de Economia, Business, Development Studies, Management e Geografia sobre periferia e empreendedorismo entre 1996 e julho de 2020.....	36
Figura 4: Evolução das publicações sobre periferia e empreendedorismo entre 1991 e maio de 2023.....	40
Figura 5: Áreas de estudo sobre periferia e empreendedorismo entre 1996 e maio de 2023.....	41
Figura 6: Temas abordados nas áreas de Inovação, História, Geografia e Estudos de Planejamento, Estudos Urbanos, Negócios e Economia e Empreendedorismo e Desenvolvimento Regional entre os anos de 2003 e maio de 2023.....	42
Figura 7: Mapa da cidade de São Paulo segundo os padrões geográficos.....	55
Figura 8: Modelo de processo empreendedor de Gartner.....	58
Figura 9: Modelo de processo empreendedor de Bruyat & Julien.....	60
Figura 10: Modelo de processo empreendedor de Sarasvathy.....	62
Figura 11: Modelo de processo empreendedor de Shane.....	64

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Artigos mais citados sobre periferia e empreendedorismo entre 1996 e julho de 2020.....	37
Quadro 2: Publicações brasileiras sobre periferia e empreendedorismo encontradas na Web Of Science entre 1900 e julho de 2020.....	38
Quadro 3: Artigos mais citados sobre periferia e empreendedorismo.....	43
Quadro 4: Publicações brasileiras sobre periferia e empreendedorismo encontradas na Web Of Science entre 1900 e maio de 2023.....	45
Quadro 5: Modelos de processo empreendedor.....	66
Quadro 6: Principais pontos do referencial teórico sobre processo empreendedor nas periferias.....	74
Quadro 7: Classificação metodológica da presente pesquisa.....	78
Quadro 8: Perfil geral das empresas.....	86
Quadro 9: Matriz de Amarração Metodológica.....	88
Quadro 10: Marcos e eventos relacionados referentes às fases/caminhos percorridos por empreendedores da periferia para estruturação de seus empreendimentos encontrados nas entrevistas.....	90
Quadro 11: Eventos facilitadores para a consolidação de negócios com tecnologia da informação e comunicação nas periferias da cidade de São Paulo.....	101
Quadro 12: Eventos dificultadores para a consolidação de negócios com tecnologia da informação e comunicação nas periferias da cidade de São Paulo.....	110
Quadro 13: Processo empreendedor com TICs nas periferias urbanas.....	117

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	23
1.1. Relato Profissional	26
1.2. Problema de pesquisa	29
1.3. Questão de pesquisa	30
1.4. Objetivo principal	30
1.5. Objetivos específicos	30
2. REFERENCIAL TEÓRICO	33
2.1.9. Considerações sobre a busca na Web Of Science	48
2.2. A evolução do termo periferia na cidade de São Paulo	49
2.3. Favelas, Subúrbios e Periferias	53
2.4. Processo empreendedor	56
2.4.1. O modelo de Gartner (1985)	57
2.4.2. O modelo de Bruyat e Julien (2000)	59
2.4.3. O modelo de Sarasvathy (2001, 2006)	61
2.4.4. O modelo de Shane (2003)	62
2.5. O processo empreendedor nas periferias	68
3. MÉTODO DE PESQUISA	75
3.1. Delineamento da Pesquisa	75
3.2. Critérios de seleção e tamanho da amostra	78
3.3. Instrumentos de coleta de dados	79
3.4. Características das pessoas empreendedoras entrevistadas	81
3.5. Características dos negócios que compõem a amostra	83
3.6. Matriz de Amarração	86
4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	88
4.1. Análise dos resultados: processo empreendedor com tecnologias da informação e comunicação nas periferias da cidade de São Paulo	88
4.2. Facilitadores para a consolidação de negócios de base tecnológica nas periferias da cidade de São Paulo	100
4.3. Dificultadores para a consolidação de negócios de base tecnológica nas periferias da cidade de São Paulo	109
4.4. O processo empreendedor com TICs nas periferias urbanas	114
5. RECOMENDAÇÕES PARA ORGANIZAÇÕES DINAMIZADORAS QUE APOIAM EMPREENDIMENTOS EM TICS NAS PERIFERIAS DA CIDADE DE SÃO PAULO	118
6. CONCLUSÕES DA PESQUISA, LIMITAÇÕES E ESTUDOS FUTUROS	124
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	134
APÊNDICES	139

1. INTRODUÇÃO

Vivemos na era das *startups*, “empresas em fase inicial que desenvolvem produtos ou serviços inovadores, com potencial de rápido crescimento” (ABSTARTUPS, 2017). O crescimento acelerado da internet e a democratização de seu acesso têm proporcionado uma mudança profunda na forma como fazemos negócios.

Hoje podemos adquirir uma variedade de produtos e serviços pela internet - desde roupas e acessórios até o agendamento de consultas médicas e aluguel de apartamentos e casas. Aquilo que antes poderia ser feito apenas pessoalmente ou por telefone, hoje pode ser resolvido com alguns cliques de onde quer que estejamos com acesso à rede mundial de computadores.

O número de brasileiros com acesso à internet vem crescendo ao longo dos anos. Dados da pesquisa da TIC Domicílios (2021), realizada entre outubro de 2021 e março de 2022 pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC), estimam que: em 2021, existiam 148 milhões de pessoas no Brasil com acesso à internet - o que corresponde a 82% 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 2021 passou para 52% em número de usuários, sendo 36% pelo computador, 50% pela televisão e 99% 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, 70% utilizaram ou consultaram algum serviço público, 73% ouviram música ou assistiram vídeos, filmes ou séries, 54% leram jornais, 37% acessaram jogos *online*, 28% ouviram *podcasts* e 10% viram exposições *online*.

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 pode permitir 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” (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 do Instituto Datafolha, de abril de 2016, 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.

Nas periferias, é comum encontrarmos o chamado empreendedorismo por necessidade, representado pela “parcela da população envolvida com o empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho” (GEM, 2011, p. 89). Nesse grupo, é possível encontrar o salão de beleza, a borracharia, a vendedora de salgados, o vendedor de bijuterias e diversos outros empreendedores que, por não conseguirem se inserir no mercado de trabalho ou por não estarem satisfeitos com seus empregos, usam sua poupança ou rescisão contratual para iniciar um negócio, mesmo tendo pouco conhecimento sobre gestão, como aconteceu com o pai desta pesquisadora.

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 utilizados na região central não atendem as periferias. Edson Leite e Adelia Rodrigues, sócios no aplicativo, já tinham outros negócios - como uma escola de gastronomia e um *catering*¹ - 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 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 solução de demandas locais, onde a população local 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, esta pesquisadora percebeu uma lacuna prática que justifica a pesquisa

¹ Serviço que fornece refeições coletivas para festas e eventos empresariais.

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.

Quando se fala da literatura sobre periferia e empreendedorismo também foi encontrada uma lacuna, a qual encontra-se detalhada mais à frente, no capítulo Método de Pesquisa.

Apesar da discussão sobre negócios com TIC criados e sediados nas periferias urbanas e liderados por seus moradores ser relativamente recente - os primeiros programas de apoio a esse perfil de empreendedor nas periferias de São Paulo surgiram entre 2013 e 2015, como a política pública VAI TEC e a escola de negócios Empreende Aí, para citar alguns exemplos - as produções acadêmicas não têm acompanhado tal movimento. O trabalho proposto por esta pesquisadora é uma forma de atualizar a academia e também de apoiar aceleradoras, escolas de negócio, institutos, fundações e outras organizações dinamizadoras que tenham interesse em apoiar esses empreendedores em seu processo sem deixar de lado suas especificidades.

Assim, esta dissertação se propõe a estudar as especificidades do processo empreendedor de quem, assim como nos exemplos citados acima, empreende com TICs em regiões periféricas da cidade de São Paulo.

1.1. Relato Profissional

A presente pesquisa foi desenvolvida durante o Mestrado Profissional em Empreendedorismo, oferecido pela Faculdade de Economia e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA-USP) que, entre suas diretrizes, recomenda que os pesquisadores desenvolvam seus trabalhos com base em eventos decorrentes de sua experiência profissional prévia, respeitando contudo as boas práticas para elaboração de pesquisas científicas organizacionais conforme trabalho de Krakauer, Marques e Almeida (2015). Tais autores destacam a importância de que o problema de pesquisa surja de experiências próprias, descritas no relato profissional, sendo ele prático e permitindo confrontar o aprendizado e conhecimento empírico com a

teoria já desenvolvida pela academia, sendo possível assim contribuir com o avanço do conhecimento e da produção científica.

Tendo isto em mente, esta pesquisadora partiu de sua experiência trabalhando como consultora e gestora de programas de aceleração para *startups* e negócios de impacto ao longo dos últimos 6 (seis) anos. Nesse período, a pesquisadora pôde estar em cerca de 17 (dezesete) programas com os mais diferentes perfis e objetivos, tendo acompanhado direta e indiretamente a evolução de aproximadamente 250 (duzentos e cinquenta) negócios dos mais distintos segmentos de mercado sediados em territórios centrais e em periferias da cidade de São Paulo.

Nessas experiências, especialmente nas das áreas centrais da cidade de São Paulo, foi possível notar que o perfil comum de empreendedor encontrado nos programas em que esta pesquisadora participou era: homem, branco, de classe social mais alta, formado em universidades renomadas, com experiência e/ou formação internacional, acesso a capital social, cultural e financeiro e alguns anos de experiência profissional em grandes corporações. Essas características não fazem parte da realidade de muitas pessoas que residem em São Paulo e ainda menos daqueles que estão em regiões periféricas da cidade. Somado a esse fato havia outro: a ausência de programas de aceleração de negócios com TICs localizados nas periferias de São Paulo. O que mais se aproximava desse modelo de incentivo era a política pública da Prefeitura de São Paulo chamada VAI TEC, que destina um recurso financeiro para empreendedores com negócios inovadores nas periferias da cidade, mas que até 2017 não destinava nenhum outro apoio além do recurso financeiro. O questionamento que surgiu a partir desta observação foi se era possível empreender com tecnologia em regiões periféricas, ainda que os empreendedores não tivessem o mesmo perfil socioeconômico dos empreendedores das regiões centrais. A indagação trouxe à pesquisadora, em 2018, a possibilidade de trabalhar na equipe de implementação e execução de um programa com recorte específico para a periferia - programa este que selecionaria 24 (vinte e quatro) negócios nos distritos com menores índices de geração de emprego e renda na cidade de São Paulo e que tivessem entre seus objetivos principais o interesse em resolver problemas locais por meio do empreendedorismo que utilizasse de TICs. A eles seria concedido um investimento de capital semente por fundo não reembolsável, acompanhamento com repasse de conteúdos e mentorias com

especialistas capazes de ajudar no processo de desenvolvimento e consolidação dos negócios.

O acompanhamento de forma mais próxima e profunda dos empreendedores de negócios com TICs em regiões periféricas proporcionado pela atuação no referido programa consolidaram nesta pesquisadora a percepção de que o perfil desses empreendedores é diferente daqueles que empreendem negócios com TICs nas regiões centrais da cidade. Eles não têm alta formação acadêmica e, em geral, não cursaram universidades renomadas ou não tiveram experiências internacionais, encontram diversas dificuldades e estão inseridos em contextos contraditórios e pouco favoráveis (por exemplo, o difícil acesso à internet) para que o crescimento do negócio aconteça. Porém, aqueles que conseguem sobreviver apresentam resultados consistentes e interessantes quando avaliados em termos de inovação, sustentabilidade financeira e resolução efetiva de problemas locais.

Como exemplo é possível citar um clube de moda afro-brasileira por assinatura, o Clube da Preta, que envia mensalmente um kit composto por peças de roupas, acessórios e livros para a residência da pessoa assinante. Os sócios decidiram começar o negócio ao perceberem que alguns amigos próximos que produziam roupas e acessórios ligados à moda afro-brasileira tinham um problema: eles conseguiam vender seus produtos em volume apenas entre setembro e dezembro, passando o restante do ano com dificuldade para manter as contas em dia - tanto as do negócio quanto as pessoais. Vendo a oportunidade, os dois sócios decidiram ajudar os amigos criando um clube de assinatura, em 2017, no qual fazem o envio dos produtos desses empreendedores mensalmente, garantindo a recorrência de vendas e disseminando a moda afro-brasileira para todo o Brasil e até outros países.

Quando participaram do programa, nenhum dos sócios possuía graduação em alguma universidade renomada, experiências em grandes empresas ou no exterior e tinham pouco capital social e financeiro (eles utilizaram o limite do cartão de crédito para começar o negócio). Mesmo assim foram capazes de crescer a base de clientes e, conseqüentemente, o faturamento em cerca de 2,5 vezes durante o período do programa, chegando a exportar algumas unidades para Portugal.

Apesar do resultado expressivo quanto ao aumento no número de clientes e faturamento apresentado por este e outros negócios participantes do programa, uma questão foi trazida por todos: o conteúdo era distante da realidade deles e houve

dificuldade de aplicar os conceitos que estavam aprendendo à realidade de seus negócios devido ao contexto social e territorial no qual estavam inseridos, uma vez que esse conteúdo era o mesmo aplicado para pessoas que não tinham as mesmas dificuldades e realidades social, econômica e territorial que eles.

Essas informações e vivências levaram esta pesquisadora a questionar-se a respeito da importância e necessidade de levar em consideração as especificidades do processo de quem empreende com TICs nas regiões periféricas dos grandes centros urbanos ao desenvolver programas voltados para esse público. A pesquisa com tal perspectiva é coerente uma vez que, se comprovada, pode demonstrar que muito de inovação e desenvolvimento socioeconômico pode estar sendo perdido por falta de apoio efetivo a esses negócios.

1.2. Problema de pesquisa

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 *Stanford 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.

1.3. Questão de pesquisa

Tendo em vista o contexto e o relato profissional da pesquisadora que comprovou uma lacuna acadêmica no que tange ao tema de empreendedorismo com TICs nas periferias urbanas paulistanas, elegeu-se como questão de pesquisa: *Como ocorre o processo empreendedor com tecnologias da informação e comunicação nas periferias da cidade de São Paulo?*

1.4. Objetivo principal

Dada a questão de pesquisa, o objetivo principal desta pesquisa é entender como é o processo empreendedor com tecnologias da informação e comunicação nas periferias de São Paulo e, com isso, decodificar os elementos que proporcionam uma estrutura de apoio adequada ao desenvolvimento e consolidação desse tipo de negócio.

1.5. Objetivos específicos

- a) caracterizar periferia e processo empreendedor na periferia;
- b) mapear as fases/caminhos percorridos por empreendedores da periferia para

- estruturação de seus empreendimentos;
- c) elencar os elementos facilitadores e dificultadores para a consolidação de negócios com tecnologias da informação e comunicação nas periferias da cidade de São Paulo;
 - d) propor recomendações para que o apoio dado a esses empreendimentos nas periferias da cidade de São Paulo por aceleradoras, escolas de negócios e organizações dinamizadoras seja mais efetivo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Um retrato da produção acadêmica sobre periferia e empreendedorismo

A pesquisadora realizou uma busca sistemática para encontrar aquilo que já havia sido produzido sobre a periferia com esta abordagem na plataforma *Web of Science*, principal repositório de bancos de dados de publicações acadêmicas. Tal plataforma foi escolhida para esta busca por conter mais de 12.500 revistas, 60.000 livros, ser atualizada semanalmente e conter materiais a partir de 1900. Ela também tem uma criticidade mais explícita e mais conhecida a respeito da política de inclusão de periódicos, contendo aqueles com maior fator de impacto, especialmente para a área de Ciências Sociais Aplicadas.

Em uma primeira busca, realizada em julho de 2020, foram incluídos artigos publicados a partir de 1900, pois havia interesse da pesquisadora em encontrar o que havia de mais antigo nas publicações sobre o tema e acompanhar a sua evolução. O descritor utilizado foram os termos periferia e empreendedorismo (*Periphery AND Entrepreneurship*) considerando as publicações que: 1) utilizaram a periferia como território para a realização da pesquisa; 2) foram publicados entre 1900 e julho de 2020 e 3) fossem artigos.

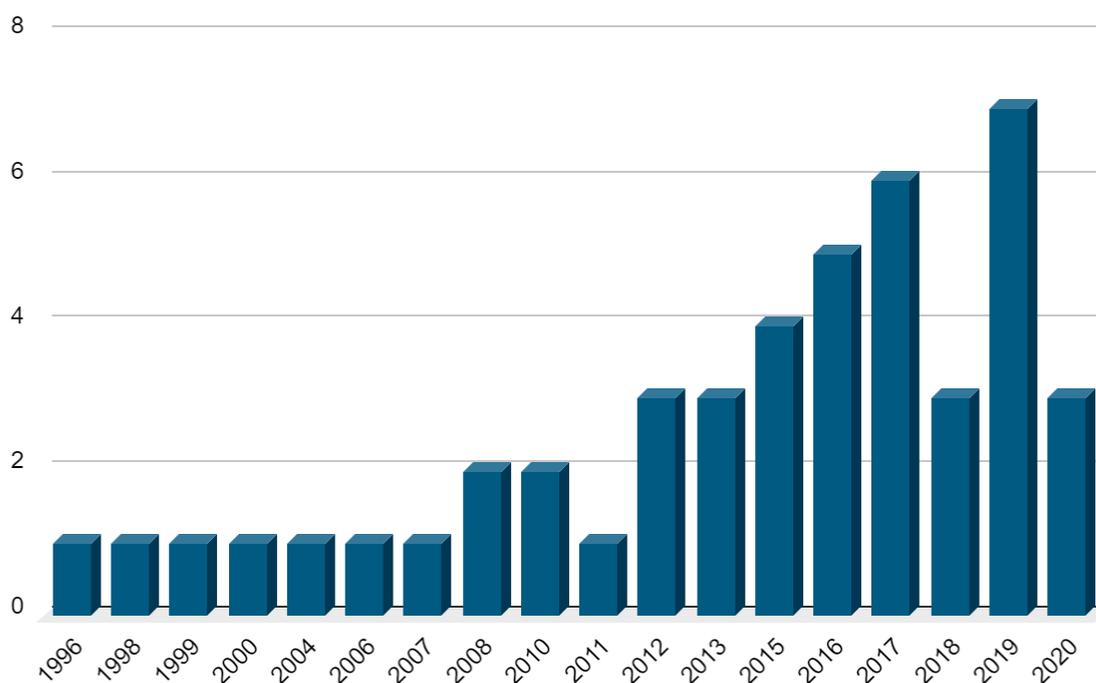
Essa busca resultou em 87 publicações cujos títulos e *abstracts* foram analisados para entender como os autores estavam empregando o termo periferia. Após essa segunda análise, foram descartados 41 artigos por utilizarem o termo periferia para nomear áreas rurais, países em desenvolvimento ou como sinônimo de margem econômica, margem política ou margem de um campo de estudo. Foram considerados para esta discussão 46 artigos, dos quais 2 são de universidades brasileiras, oriundos de 40 periódicos científicos. Em nenhum deles foram encontradas publicações tratando das especificidades daqueles que empreendem com tecnologia da informação e comunicação em regiões periféricas de grandes centros urbanos no Brasil.

A seguir é apresentado um compilado dos resultados da busca.

2.1.1. Evolução das publicações

Apesar da busca ter sido feita considerando 1900 como ano de partida, o resultado mais antigo é de 1996: uma pesquisa da área de antropologia em que os autores estudam o empreendedorismo industrial nos assentamentos árabes e as ações que dificultam a atração de novas indústrias para esse território. Entre 1996 e 2011 quase não houve publicação de artigos que relacionam periferia e empreendedorismo, variando entre 1 e 2 publicações por ano. Há um aumento de trabalhos sobre a temática a partir de 2015, sendo os últimos 5 anos (entre 2015 e 2020) o período que concentra 60% das publicações consideradas nesta busca. A Figura a seguir mostra a evolução das publicações ao longo do período pesquisado.

Figura 1: Evolução das publicações sobre periferia e empreendedorismo entre 1996 e julho de 2020

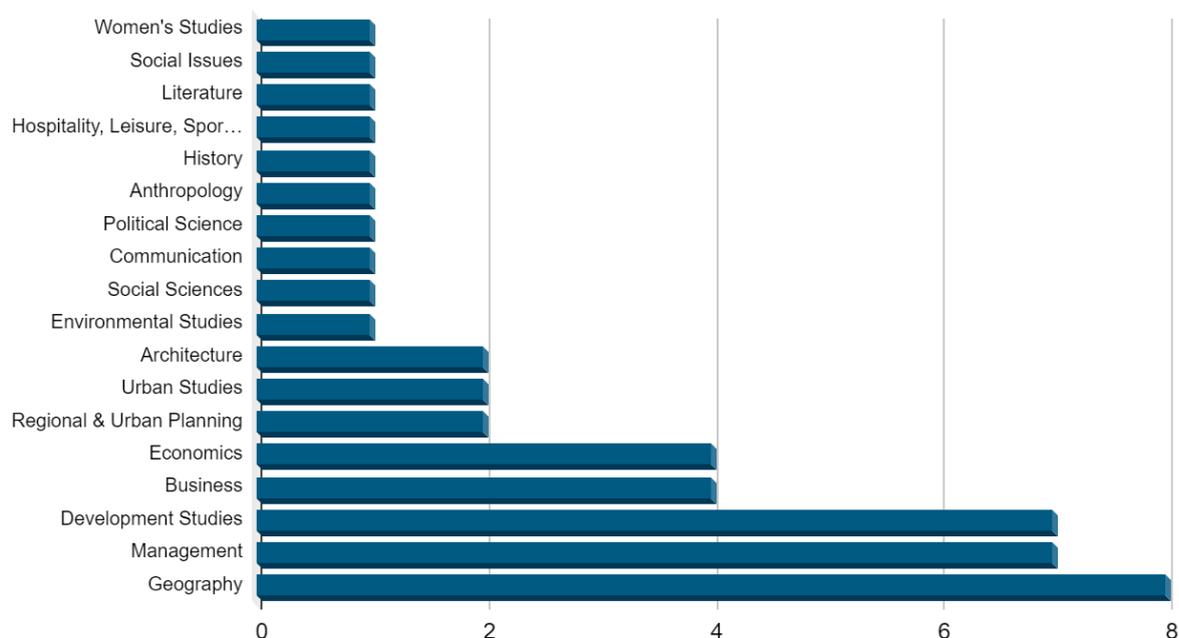


FONTE: Elaborado pela autora com base nos resultados da busca feita na *Web of Science*

2.1.2. Áreas mais pesquisadas e termos abordados

As publicações pertencem em sua maioria (8 publicações) à Geografia. Porém há trabalhos nas áreas de Gestão, Estudos de Desenvolvimento, Negócios e Economia. A discussão inicia-se em Geografia, analisando os processos de industrialização árabe mas ao longo dos anos ela se move para áreas de Gestão, Estudos de Desenvolvimento, Negócios e Economia que passam a concentrar 47,8% das publicações encontradas neste levantamento conforme a figura abaixo.

Figura 2: Áreas de estudo sobre periferia e empreendedorismo entre 1996 e julho de 2020



FONTE: Elaborado pela autora com base nos resultados da busca feita na *Web of Science*

Ao avaliar os títulos e *abstracts* é possível perceber que as publicações destas áreas buscam responder questões sobre a prática empreendedora em regiões periféricas considerando o impacto empreendedor nesses territórios, construção de redes de contato, condições para inovação e crescimento local. Na figura abaixo é possível encontrar uma síntese do que foi publicado por essas áreas nos últimos 24 anos.

Figura 3: Temas abordados nas áreas de Economia, Business, Development Studies, Management e Geografia sobre periferia e empreendedorismo entre 1996 e julho de 2020

	1996-2000	2001-2004	2005-2008	2009-2012	2013-2016	2017-2020
Economics	-	-	Resiliência da economia local	Modelos de crescimento local	Influência do governo no crescimento local	Empreendedorismo indígena
Business	-	-	-	-	Condições para empresas inovarem na periferia	Análise dos papéis e processos de inovação; Inclusão financeira
Development Studies	-	Desenvolvimento local	-	Empreendedorismo social como estratégia para o desenvolvimento local	Empreendedorismo étnico; Dinâmica de spinoff local em indústrias de manufatura em áreas periféricas	Economia criativa e capital criativo em regiões periféricas; Estruturas empresariais; Distribuição geográfica das startups
Management	Vínculos entre a indústria e as instituições acadêmicas.	-	-	Práticas de empreendedores na periferia para gerirem seus negócios; Evolução do empreendedorismo	Mudança institucional	Aprendizagem empreendedora; empreendedorismo no setor público
Geography	Implicações geográficas no desenvolvimento regional; Estágios da industrialização árabe	-	Economia criativa	-	Redes de contato e competitividade; Contribuições econômicas e sociais de empreendedores migrantes para contextos periféricos	Crescimento local; Aspectos socioeconômicos locais; Mudanças no contexto espacial

FONTE: Elaborado pela autora com base nos resultados da busca feita na *Web of Science*

2.1.3. Publicações mais citadas

A busca na *Web of Science* também nos mostra que nos últimos 4 anos o interesse pelas relações entre periferia e empreendedorismo tem crescido, com um olhar sobre estruturas empresariais, processos de inovação, aprendizagem empreendedora, crescimento local e mudanças no contexto espacial. As publicações mais relevantes desta busca podem ser encontradas no quadro a seguir:

Quadro 1: Artigos mais citados sobre periferia e empreendedorismo entre 1996 e julho de 2020

Autor	Título	País	Citações	% de citações
BENNEWORTH, P (2004)	In what sense 'regional development?': entrepreneurship, underdevelopment and strong tradition in the periphery	Inglaterra	68	12,16%
LETTICE, F. (2010)	The social innovation process: themes, challenges and implications for practice	Inglaterra	67	11,99%
JONES-EVANS, D. (1999)	Creating a bridge between university and industry in small European countries: the role of the Industrial Liaison Office	País de Gales	65	11,63%
WRIGHT, A. L. (2013)	Wielding the Willow Processes of Institucional Change in English County Cricket	Austrália	53	9,48%
IMAS, J. M.(2012)	Barefoot entrepreneurs	Inglaterra	38	6,80%
HARRIS, R. (2011)	Models of regional growth: past, present and future	Escócia	35	6,26%
FRIEDMAN, V. J. (2010)	Integrating social entrepreneurship and conflict engagement for regional development in divided societies	Israel	34	6,08%
HAVEMAN, H. A. (2012)	How Entrepreneurship Evolves: The Founders of New Magazines in America, 1741-1860	Estados Unidos	23	4,11%
PETROV, A. N. (2008)	Talent in the cold? Creative capital and the economic future of the Canadian North	Canadá	22	3,94%
AGHION, P. (2016)	Taxation, corruption, and growth	Estados Unidos	18	3,22%

FONTE: Elaborado pela autora com base nos resultados da busca feita na *Web of Science*

2.1.4. Publicações brasileiras

É importante ressaltar que, ao olhar para as produções do Brasil, foram encontradas apenas 2 publicações, as quais podem ser vistas no Quadro abaixo.

Quadro 2: Publicações brasileiras sobre periferia e empreendedorismo encontradas na Web Of Science entre 1900 e julho de 2020

Autor	Título	Área	Universidade
JACOBI, P. (2006)	Public and private responses to social exclusion among youth in Sao Paulo	Political Science	Universidade de São Paulo, Escola de Educação
DE TOMMASI, L. (2018)	Entrepreneurship and cultural activism in brazilian peripheries	Communication	Universidade Federal do ABC, Políticas Públicas

FONTE: Elaborado pela autora com base nos resultados da busca feita na *Web of Science*

Ao analisar as publicações brasileiras a primeira trata de programas de inclusão para pessoas que moram em periferias urbanas de São Paulo e seus desafios para conseguir o engajamento de atores locais para a criação de capital social para essas periferias, levando em consideração temas como inclusão digital, empreendedorismo social, geração de renda, subsídios educacionais e treinamento para o mercado de trabalho formal como forma de reduzir a exclusão social.

Já a segunda traz uma abordagem sobre a produção cultural como uma forma de ativismo, apresentando as dificuldades desses empreendedores conseguirem seu sustento financeiro apenas com a cultura, as dificuldades da sazonalidade de trabalho e a oportunidade que essas pessoas veem em poder trabalhar com aquilo que gostam e tem significado para elas.

Uma segunda busca foi realizada em junho de 2023 na *Web of Science*, novamente incluindo artigos publicados a partir de 1900, porém utilizando novos descritores para o termo periferia e empreendedorismo para contemplar as variações dessas palavras em inglês. Assim, buscou-se por *Underprivileged areas AND Entrepreneurship; Outskirts AND Entrepreneurship; Disadvantaged areas AND*

Entrepreneurship; e *Periphery AND Entrepreneurship*; considerando as publicações que: 1) utilizaram a periferia como território para a realização da pesquisa; 2) foram publicados entre 1900 e maio de 2023.

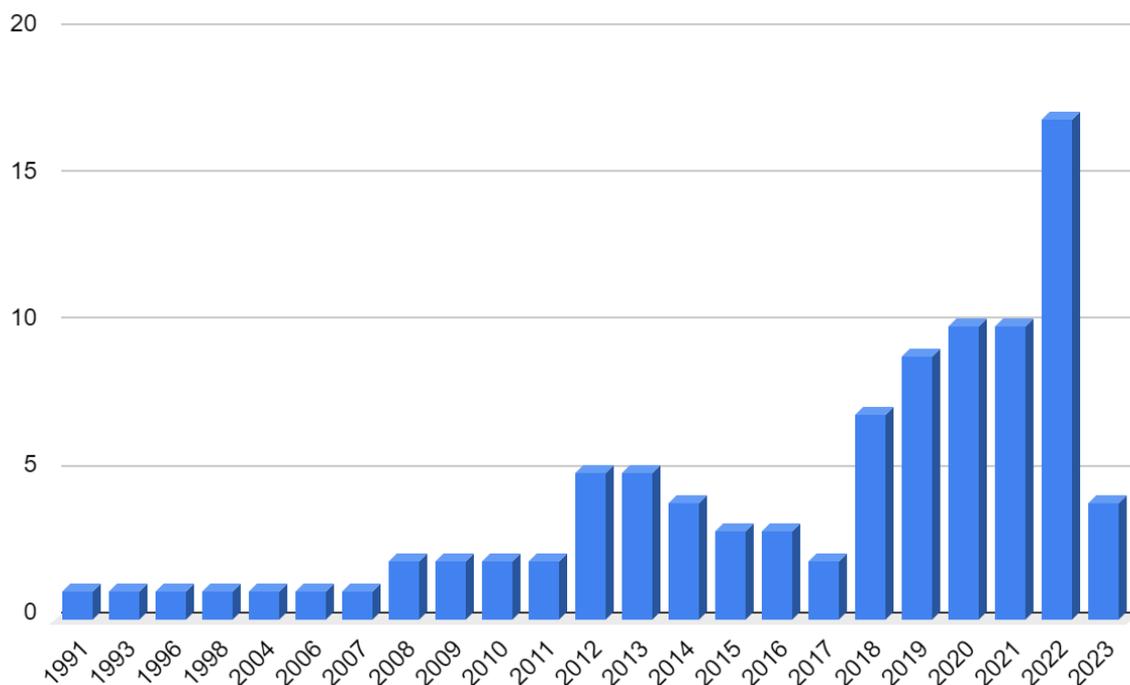
A segunda busca resultou em 365 resultados, sendo 5 deles para o descritor *Underprivileged areas AND Entrepreneurship*; 15 resultados obtidos com o descritor *Outskirts AND Entrepreneurship*; 146 resultados obtidos com o descritor *Disadvantaged areas AND Entrepreneurship* e; 199 resultados obtidos com o descritor para *Periphery AND Entrepreneurship*. Não foi feita qualquer distinção entre tipo de publicação, uma vez que o objetivo era analisar todo o material encontrado nas buscas. Todas as publicações tiveram seus títulos e *abstracts* analisados para entender como os autores estavam empregando o termo periferia. Após esta segunda análise foram descartadas 275 publicações por utilizarem o termo periferia para nomear áreas rurais, países em desenvolvimento ou como sinônimo de margem econômica, margem política ou margem de um campo de estudo, restando para esta discussão 90 publicações. Os resultados desta segunda busca são apresentados a seguir.

2.1.5. Evolução das publicações

Por contemplar mais termos, essa busca traz resultados que diferem da anterior, sendo o primeiro deles o ano da primeira publicação, que consta de 1991: um estudo sobre pessoas negras que trabalham como autônomas nas décadas de 1970 e 1980 e os motivos pelos quais tal fenômeno ocorria.

É possível notar no gráfico que a publicação de materiais acadêmicos sobre periferia cresce de forma considerável a partir de 2012, sendo o período de 2012 a 2023 concentrado 84% das publicações sobre o tema, sendo 2022 o ano com maior número de publicações: 17 no total.

Figura 4: Evolução das publicações sobre periferia e empreendedorismo entre 1991 e maio de 2023

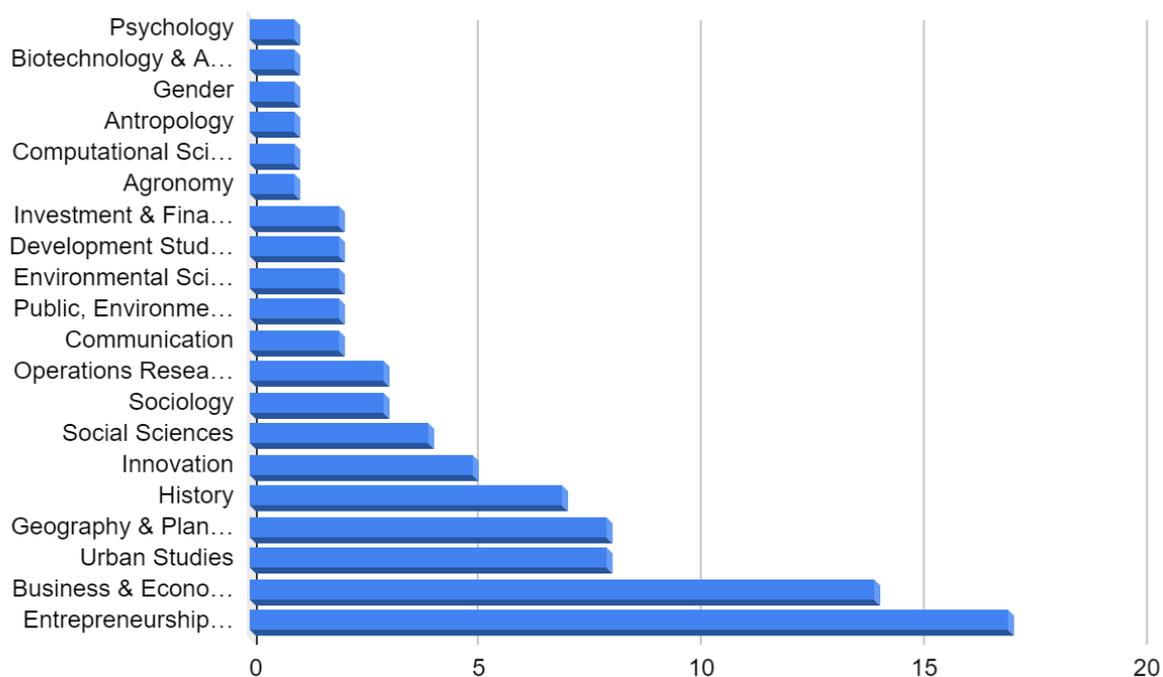


FONTE: Elaborado pela autora com base nos resultados da busca feita na *Web of Science*

2.1.6. Áreas mais pesquisadas e termos abordados

A área com mais publicações é a de Empreendedorismo e Desenvolvimento Regional (17 publicações), seguida de Negócios e Economia (14 publicações) e segue com Estudos Urbanos e Geografia e Estudos de Planejamento, ambas com 8 publicações. As 4 áreas juntas concentram cerca de 50% do total de publicações consideradas para esta análise.

Figura 5: Áreas de estudo sobre periferia e empreendedorismo entre 1991 e maio de 2023



FONTE: Elaborado pela autora com base nos resultados da busca feita na *Web of Science*

A análise dos abstracts mostra que as publicações analisam o empreendedorismo nas periferias sob os mais variados aspectos, desde relação com imigração, as interferências e papéis do território do desenvolvimento do negócio e atração de capital até a forma como os processos integrativos entre empreendedores pode ser benéfico para o desenvolvimento dos negócios. Na figura abaixo é possível ver uma síntese do que foi publicado nas áreas com maior volume de publicações e como elas estão distribuídas ao longo dos anos.

Figura 6: Temas abordados nas áreas de Inovação, História, Geografia e Estudos de Planejamento, Estudos Urbanos, Negócios e Economia e Empreendedorismo e Desenvolvimento Regional entre os anos de 2003 e maio de 2023

	2003-2010	2010-2012	2013-2015	2016-2018	2019-2021	2022-2023
Innovation	-	Estratégias para clusters de empresas de alta tecnologia	-	Impacto da localização geográfica na concessão de financiamento; Diferentes soluções inovadoras para explorar o ambiente operacional da mina finlandesa de Pyhasalmi após o fim das operações mineiras; "Centros" financeiros em zonas periféricas.	Benefícios das zonas periféricas em termos de inovação	-
History	-	-	-	Relação dos comerciantes imigrantes coreanos com afro-americanos nos EUA; Papel criativo da classe dos comerciantes no desenvolvimento da cidade	Desenvolvimento do empreendedorismo privado no Império Russo; Desenvolvimento comercial e industrial do território; História empresarial chinesa;	Percurso e impacto de empreendedores periféricos no território; Práticas comerciais dos empresários chineses nas áreas fronteiriças do Extremo Oriente
Geography & Planning Studies	Relação entre imigração e potencial empresarial; Configuração espacial das redes como elemento influenciador nos resultados de empresas	-	-	-	Principais desafios de investigação no estudo dos espaços de coworking (CSs)	Como o microempreendedorismo interage com as características socioeconômicas do território; Desenvolvimento e a transformação da indústria pela ação de empreendedores periféricos; Empreendedorismo e protagonismo da juventude; Novas geografias induzidas por coworkings
Urban Studies	Como a entrada, a sobrevivência e o crescimento de novas empresas diferem entre territórios	Os efeitos de vizinhança dos efeitos de composição na sobrevivência e no crescimento das empresas locais	Território como elemento-chave da estrutura de oportunidades para o espírito empresarial étnico; Mudanças de setores dominantes e surgimento de novas oportunidades	-	Mudanças nas proporções espaciais do desenvolvimento da Rússia pós-soviética	-
Business & Economics	Potencial econômico do território; Criação de clusters de alta tecnologia	Como a criação de empresas através de bootstrapping compensou a sua incapacidade de obter financiamento através de empréstimos ou de capitais próprios; Influência da política regional na competitividade da região; Papel da universidade no desenvolvimento empresarial	-	-	Microfinanças; Impacto do empreendedorismo no valor de uma cidade; Desenvolvimento sócio econômico do território; Crescimento das microempresas; Hierarquias regionais;	Relação entre empréstimos e aumento no empreendedorismo local; Associação entre a literacia financeira e o sucesso empresarial entre jovens empresários
Entrepreneurship & Regional Development	Como o espírito empresarial pode ajudar as regiões menos bem sucedidas a melhorar a sua situação económica regional; Empreendedorismo social como uma estratégia eficaz para o desenvolvimento regional	-	Percepções e a atividade empresarial em localizações geográficas periféricas; Empreendedorismo punk; Espírito empresarial étnico na periferia	Dinâmica local de spinoffs em indústrias transformadoras de zonas periféricas; Relação entre localização e inovação aberta; Papéis da periferia e da centralidade em relação à aprendizagem e ao desenvolvimento empresarial; Como legados do passado em locais pós-industriais periféricos servem para moldar a atividade empresarial atual e futura	Localização metropolitana como explicação do desempenho inovador das empresas; Políticas de apoio financeiro e jurídico para as novas empresas de base tecnológica	Processos de integração entre empreendedores em regiões periféricas.

FONTE: Elaborado pela autora com base nos resultados da busca feita na *Web of Science*

2.1.7. Publicações mais citadas

Ao analisar as publicações mais citadas, as 2 principais tratam do impacto do território no desenvolvimento de um negócio. Há também olhares sobre políticas públicas, processos migratórios, inovação social, papel das universidades e soluções financeiras como forma de ampliar o empreendedorismo na periferia. As publicações com maior número de citações podem ser vistas no quadro abaixo.

Quadro 3: Artigos mais citados sobre periferia e empreendedorismo

Autor	Título	País	Citações	% de Citações
JAYAWARNA, D.; JONES, O.; MACPHERSO, A. (2011)	New business creation and regional development: Enhancing resource acquisition in areas of social deprivation	Inglaterra	122	10,34%
FREEMAN, J.; STYLES, C.; LAWLEY, M. (2012)	Does firm location make a difference to the export performance of SMEs?	Austrália	121	9,58%
HUGGINS, R.; WILLIAMS, N. (2011)	Entrepreneurship and regional competitiveness: The role and progression of policy	Inglaterra	116	9,19%
MUNYUKI, T.; JONAH, C.M.P. (2022)	The nexus between financial literacy and entrepreneurial success among young entrepreneurs from a low-income community in Cape Town: a mixed-method analysis	África do Sul	86	6,97%
RENSKI, H. (2009)	New Firm Entry, Survival, and Growth in the United States: A Comparison of Urban, Suburban, and Rural Areas	Estados Unidos	84	6,65%
SHAO, K.C.; MA, R.X.; ZHAO, L.L.; WANG, K.; KAMBER, J. (2022)	Did the cyberspace foster the entrepreneurship of women with children in rural China?	China	82	23,9%

Autor	Título	País	Citações	% de Citações
LEE, C. (2018)	Migration to the First Large Suburban Ghetto in America Korean Immigrant Merchants in South Central Los Angeles in the 1980s	Coréia do Sul	80	6,33%
MAI, X.; CHAN, R.C.K. (2020)	Detecting the intellectual pathway of resilience thinking in urban and regional studies: A critical reflection on resilience literature	China	80	6,33%
BENNEWORTH P. (2004)	In what sense 'regional development?': entrepreneurship, underdevelopment and strong tradition in the periphery	Inglaterra	68	12,16%
LETTICE, F. (2010)	The social innovation process: themes, challenges and implications for practice	Inglaterra	67	11,99%
JONES-EVANS, D. (1999)	Creating a bridge between university and industry in small European countries: the role of the Industrial Liaison Office	País de Gales	65	11,63%
JENNINGS, L. (2014)	Do Men Need Empowering Too? A Systematic Review of Entrepreneurial Education and Microenterprise Development on Health Disparities among Inner-City Black Male Youth	Estados Unidos	65	5,15%
MAALAOUI, A.; RATTEN, V.; HEILBRUNN, S.; BRANNBACK, M.; KRAUS, S. (2020)	Disadvantage Entrepreneurship: Decoding a New Area of Research	Inglaterra	61	4,83%
BERGER, E.J.; PEDERSEN, W.; SANDBERG, S.	Pathways to Drug Dealing in the Middle and Upper Classes: Early Marginalization, Relative Disadvantage and Countercultural Opposition	Noruega	60	4,75%

Autor	Título	País	Citações	% de Citações
KLINE, C.; DUFFY, L; CLARK, D. (2020)	Fostering tourism and entrepreneurship in fringe communities: Unpacking stakeholder perceptions towards entrepreneurial climate	Estados Unidos	54	15,74%
LIU, C. (2012)	Intrametropolitan Opportunity Structure and the Self-Employment of Asian and Latino Immigrants	Estados Unidos	51	4,04%
BOYD, R.L. (1991)	A contextual analysis of black self-employment in large metropolitan-area, 1970-1980	Estados Unidos	47	3,72%

FONTE: Elaborado pela autora com base nos resultados da busca feita na *Web of Science*

2.1.8. Publicações brasileiras

Nesta segunda busca foram encontradas 5 publicações brasileiras, sendo 4 (quatro) publicadas por autores vinculados a universidades em São Paulo e 1(um) vinculado a uma universidade no Ceará, as quais podem ser vistas no quadro a seguir.

Quadro 4: Publicações brasileiras sobre periferia e empreendedorismo encontradas na *Web Of Science* entre 1900 e maio de 2023

Autor	Título	Área	Universidade
JACOBI, P. (2006)	Public and private responses to social exclusion among youth in Sao Paulo	Political Science	Universidade de São Paulo, Escola de Educação
DE TOMMASI, L. (2018)	Entrepreneurship and cultural activism in brazilian peripheries	Communication	Universidade Federal do ABC, Políticas Públicas
MIRANDA, L.D.A. (2019)	Socioeconomic aspects of acai beaters of the municipalities of Macapa and Santana in the state of Amapa - AP	Geography	Universidade Federal do Ceará
POZZEBON, M; CHRISTOPOULOS, TP; LAVOIE, F. (2019)	The Transferability of Financial Inclusion Models: A Process-Based Approach	Business	Universidade de São Paulo
ARAÚJO, T.P.; GEORGES, I.P.H. (2021)	Work and life management: a discussion on entrepreneurship and gender from two socio-professional trajectories	Sociology	Universidade Federal de São Carlos (UFSCar)

FONTE: Elaborado pela autora com base nos resultados da busca feita na Web of Science

Ao analisar as publicações brasileiras a primeira trata de programas de inclusão para pessoas que moram em periferias urbanas de São Paulo e seus desafios para conseguir o engajamento de atores locais para a criação de capital social para essas periferias, levando em consideração temas como inclusão digital, empreendedorismo social, geração de renda, subsídios educacionais e treinamento para o mercado de trabalho formal como forma de reduzir a exclusão social.

Já a segunda traz uma abordagem sobre a produção cultural como uma forma de ativismo, apresentando as dificuldades desses empreendedores conseguirem seu sustento financeiro apenas com a cultura, as dificuldades da sazonalidade de trabalho e a oportunidade que essas pessoas veem em poder trabalhar com aquilo que gostam e tem significado para elas.

A terceira se propõe a realizar um diagnóstico socioeconômico dos batedores de açaí nas cidades de Macapá e Santana, ambas no Amapá. Nesse sentido a publicação apresenta os aspectos gerais da profissão, as principais características desses profissionais em termos de fonte de renda, estrutura de planejamento e experiência prática.

A quarta aborda o conceito de transferibilidade financeira aplicada a negócios localizados nas periferias como forma de ampliar a inclusão financeira. O foco da pesquisa está nas fases iniciais desse processo: contexto local, práticas de transferência e consequências iniciais do desenvolvimento, observando sua implementação em três bancos comunitários de desenvolvimento na periferia de São Paulo.

Por fim, a quinta publicação discute empreendedorismo e gênero a partir da trajetória de vida de duas mulheres que residem, respectivamente, em uma periferia de São Paulo e uma periferia de Belo Horizonte.

2.1.9. Considerações sobre a busca na Web Of Science

Apesar de existirem publicações sobre a relação entre periferia e empreendedorismo, em ambas as buscas mostraram que ainda são poucas - 46 na primeira e 96 na segunda, sendo apenas 2 e 5 respectivamente produzidas no Brasil.

Um fator que chamou a atenção nos achados é que as publicações não se preocuparam em definir o que é periferia: apenas a utilizam como um território de estudo de forma genérica, dando destaque para o desenvolvimento dos constructos que se referiam às teorias a serem utilizadas na coleta de dados ou às populações que estavam como objeto de estudo.

Também não foram encontradas publicações tratando das especificidades daqueles que empreendem com tecnologia da informação e comunicação em regiões periféricas de grandes centros urbanos no Brasil. As publicações de outros países que se aproximam desse tema abordam a ótica de empresas que migraram para a periferia (não nasceram nesse contexto), os desafios de atrair talentos para empresas localizadas nesses territórios, os desafios para inovar nesses territórios e a disponibilidade de recursos e condições para a consolidação e crescimento de empresas nesses territórios. Nenhum deles abordou as especificidades do processo empreendedor de negócios com TIC que foram criados dentro de periferias urbanas e que são liderados por pessoas que são moradores dessas localidades. Já no caso das brasileiras, elas trazem características desse empreendedorismo na periferia e até mesmo da trajetória de empreendedoras, mas também não contemplam empreendedores que atuam em negócios com TICs.

Apesar da discussão sobre negócios com TIC criados e sediados nas periferias urbanas e liderados por seus moradores ser relativamente recente - os primeiros programas de apoio a esse perfil de empreendedor nas periferias de São Paulo surgiram entre 2014 e 2015 - as produções acadêmicas não têm acompanhado tal movimento. O trabalho proposto por esta pesquisadora é uma forma de atualizar a academia e também de apoiar aceleradoras, escolas de negócio, institutos, fundações e outras organizações dinamizadoras que tenham

interesse em apoiar esses empreendedores em sua jornada sem deixar de lado suas especificidades.

2.2. A evolução do termo periferia na cidade de São Paulo

A antropologia estuda a periferia desde os tempos da “expansão colonial quando o Ocidente se encontra com tantas maneiras distintas de se organizar em sociedade nas periferias dos impérios” (MAGNANI, 2012, p. 7). O termo periferia é utilizado por aqueles que estão em uma posição normativa e dominante como forma de se definir a partir do que não são.

Segundo Wenger (1998), periferia também pode ser social, às margens da participação na sociedade; econômica, às margens da atividade econômica, incluindo a economia informal; política, quanto à participação; étnica, quando membros de um grupo são considerados marginais pela maioria; e intelectual, sendo uma voz solitária com perspectivas alternativas.

As primeiras ocorrências do termo na academia datam do período entre o fim da Segunda Guerra Mundial e o surgimento da Guerra Fria, compreendendo as décadas de 1950 e 1960, quando periferia é empregado como forma de definir os territórios que não estão no centro da disputa e também à margem do capitalismo, referindo-se constantemente aos países de África e América Latina. As mudanças econômicas, políticas e culturais passam a chamar a atenção para o estudo das periferias, dando origem às pesquisas sobre o movimento entre periferia e centro, muito presente na economia (MAGNANI, 2012).

Em termos de cidade e território, a periferia surge no Brasil com a expansão colonial, como forma de organização social (MAGNANI, 2012). Na cidade de São Paulo, a partir da década de 1950, a chegada da indústria automobilística fez com que ela se tornasse o maior parque industrial do país. Na época, houve um aumento na intensidade do crescimento urbano, o que possibilitou distinguir as novas periferias das antigas fímbrias urbanas (DURHAM, 1986). Ocorreu a substituição dos trabalhadores estrangeiros, que outrora trabalhavam nas plantações de café, por migrantes nacionais vindos de outros estados e de zonas rurais em busca de emprego e melhores condições de vida.

Apesar de as áreas consideradas urbanas na década de 1930 receberem melhorias e serem urbanizadas majoritariamente entre as décadas de 1950 e 1960, não era possível abarcar a chegada dos migrantes devido ao aumento do custo de vida dessas regiões. Para resolver o problema de habitação, passou-se a comercializar terrenos de baixo valor imobiliário em áreas insalubres, geralmente sem documentação legal, onde o acesso era difícil e não havia serviços públicos, vendendo junto com esses lotes o sonho da casa própria. Assim, uma nova forma urbana se estabelece, formada por bairros mais distantes, mais pobres, longe dos fluxos de riqueza e interesse do capital, menos atendidos por transporte coletivo e serviços públicos essenciais e escassos em presença e atuação do poder público. O movimento trouxe como principais consequências a segregação espacial e imobilização relativa das populações habitantes desses territórios (DURHAM, 1986). O problema da urbanização logo tornou-se uma questão social.

Na década de 1970, o termo periferia passou a ser utilizado como definição desta localidade urbana. Frederico (2013) explica que esses bairros foram batizados de periferia, pela sociologia urbana, como forma de dar nome a um espaço de carência, violência, segregação e marginalidade. Na década de 1980, tornou-se objeto de estudo para o modo de vida, sendo estudado pela antropologia, ciências sociais, estudos urbanos e ciências políticas (D'ANDREA, 2013). Nessa década, as produções do cientista político e social Lúcio Kowarick (1979) tomam visibilidade, fazendo dele o principal nome a coordenar estudos acadêmicos sobre as condições de vida dos moradores das periferias e suas formas de resistência. Esses estudos focaram na espoliação urbana, ou seja, na dupla exploração vivida pelos trabalhadores que eram moradores das periferias, pois eram explorados nos lugares de trabalho e nos espaços de moradia, sob a lógica de ganhar pouco e, por isso, morar mal.

D'Andrea (2013) afirma que, a partir de 1980, já não é mais possível entender a periferia e as questões urbanas sem levar em conta o posicionamento político de seus moradores, expressos por meio dos movimentos sociais e das atividades artísticas. É também nesta década que a cidade de São Paulo começa a passar pela desindustrialização em determinadas áreas da metrópole e a sofrer um forte processo de modernização que a transformaria na sede de grandes grupos econômicos. Uma nova cidade surge - desta vez baseada em serviços, como médico hospitalar, mídia e financeiro. Como a estrutura ocupacional de serviços é

mais desigual do que a industrial, gerou-se grande impacto nas periferias, dando origem aos bolsões de desemprego onde antes havia a concentração de operários para indústrias.

A partir dos anos 1990, o termo periferia passa a ocupar o vocabulário popular com uma conotação que remete a sinônimo não apenas de território, mas também de baixa classe social em oposição a outras, levando em conta o compartilhamento de condições sociais, costumes e modos de vida. D'Andrea (2020) explica que muito dessa apropriação se deve ao trabalho do Racionais MC's, grupo paulistano de rap formado em 1988 e que nos dias atuais é considerado um dos grupos musicais mais influentes do Brasil. Suas músicas denunciam as condições de jovens negros nas periferias da cidade de São Paulo, os resultados do racismo e preconceito contra essa população e como essas questões sustentam a situação de miséria e possuem relação direta ao crime e a violência. Segundo Frederico (2013), essa não é apenas uma característica brasileira: em todas as grandes cidades do mundo globalizado o rap é usado como forma de crítica agressiva à sociedade. Uma forma musical usada para vocalização dos excluídos.

Xavier e Kahil (2005) dizem que o *Hip Hop*² também exerceu papel fundamental nessa conceituação e apropriação de classe social e modos de vida ao permitir uma nova construção de saberes e interpretação de mundo. Esse movimento gerou conhecimento da realidade e sobre o lugar em que essas pessoas habitavam, reflexões sobre sua situação e criou a busca por alternativas e novos significados para o que era ser morador de periferia.

Segundo as autoras, tais movimentos ganharam proporção justamente por uma das principais características da periferia: a escassez. A falta de meios eficazes para participar da cultura de massas foi crucial para a criação da cultura popular que tem o território periférico como protagonista. A possibilidade de comparar a realidade de mundo apresentada pela cultura de massas e refletir sobre as diferenças entre essa perspectiva de mundo e a realidade da periferia gerou práticas e produções contrárias e resistentes ao discurso dominante, como é possível ver nos saraus, no

² *Hip Hop* é um movimento que engloba o *rap*, o *break*, o grafite e o conhecimento. Foi criado por Áfrika Bambaataa, um dos principais DJs do Bronx entre os anos 1970 e 1980, pois, segundo ele, todas essas manifestações retratavam problemas sociais dos guetos negros da cidade de Nova Iorque e nos Estados Unidos (EUA) como um todo. RIBEIRO, C.C.R. A cidade para o movimento hip hop: Jovens afro-descendentes como sujeito político. Fundação Cultural Palmares, Brasília - DF, 2010. Disponível em <https://www.palmares.gov.br/wp-content/uploads/2010/11/A-cidade-para-o-movimento-hip-hop.pdf>. Acesso em: 26 março 2023.

rap, na literatura marginal, nas Comunidades do Samba, nos cineclubes, nas artes plásticas e nas produções audiovisuais daquela década. Isso fez com que os moradores das periferias passassem a se perceber e se organizar como classe social e usar sua posição também de forma política, buscando ressignificar o território.

Assim como Racionais MC's, outros pensadores orgânicos, como Antonio Bispo, trazem o pensamento de que os territórios chamados de periferia na verdade são centrais em si mesmos, com suas próprias formas de organização, e com funcionamento e lógicas diferentes das formas das utilizadas pelas áreas denominadas centrais. Fomentar e valorizar a cultura local, apropriar-se do conceito periferia e dar a ele um significado a partir das vivências de quem está no território e não apenas de estudiosos que estão fora dele torna-se um movimento que transforma esses territórios e seus moradores.

A definição de periferia como espaço urbano ainda não encontrou consenso entre os estudiosos da área. D'Andrea (2020) explica que essa dificuldade para delimitar o que é ou não periferia no espaço urbano levou alguns a relativizar sua existência, mas explica que tal complexidade relacionada à forma arbitrária como os critérios são escolhidos não pode eliminar a existência desse fenômeno. Ao utilizar parâmetros de segregação socioespacial, é possível tornar a definição de periferia objetiva, uma vez que esta definição quantitativa exige dois elementos: a pobreza (elemento social) e a distância (elemento geográfico). Porém não existe uma única identidade periférica (definição qualitativa), pois esta é construída com base nas percepções e experiências pessoais e coletivas de quem reside nesses territórios que podem convergir ou divergir entre si. Essa faceta é tratada por Ritter e Firkowski (2003), que defendem a não existência de uma única periferia, o que torna necessário o uso do termo periferias (no plural) e não no singular, por haver uma heterogeneidade do território e pela velocidade de seus fenômenos.

A partir desta visão, pode-se identificar duas perspectivas diferentes para definir periferia no espaço urbano: uma perspectiva qualitativa e outra quantitativa. Na definição qualitativa, os estudiosos se debruçam principalmente sobre os movimentos artísticos e sociais produzidos pelos habitantes desses territórios, explorando as razões, ações, reconhecimento e significado atribuído à periferia, observando a atualização do uso do termo ao longo da história. Já a definição quantitativa trata a periferia como espaço urbano geográfico e suas implicações,

como acessos, distância, pobreza, vulnerabilidade social, segregação e organização socioespacial. Por entender que tais definições são complementares e, por vezes, indissociáveis, neste trabalho usaremos ambas: a definição qualitativa, baseada na identificação e apropriação do território no discurso e a definição quantitativa tendo como base o índice de regiões que apresentam os maiores índices de vulnerabilidade social no que diz respeito a trabalho e renda na cidade de São Paulo. Esse indicador foi desenvolvido pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) para o Plano Diretor Estratégico da cidade aprovado em 2014 e que estará em vigor até 2029.

2.3. Favelas, Subúrbios e Periferias

Na literatura é comum o termo periferia ser usado como sinônimo tanto de favela quanto de subúrbio quando se refere a espaço urbano. Também é frequente a classificação desses conceitos como um único território, com perfil homogêneo, capaz até mesmo de serem confundidos entre si. Como D'Andrea (2020) nos explica, tal conceituação é feita quase que exclusivamente por agentes que se relacionam com esses territórios apenas como objeto de estudo, sendo indivíduos externos a eles. Quem habita em tais localidades não vê essas definições como sinônimos nem tampouco as confunde.

Favelas são definidas segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) como:

Aglomerado Subnormal é uma forma de ocupação irregular de terrenos de propriedade alheia – públicos ou privados – para fins de habitação em áreas urbanas e, em geral, caracterizados por um padrão urbanístico irregular, carência de serviços públicos essenciais e localização em áreas com restrição à ocupação. No Brasil, esses assentamentos irregulares são conhecidos por diversos nomes como favelas, invasões, grotas, baixadas, comunidades, vilas, ressacas, loteamentos irregulares, mocambos e palafitas, entre outros (IBGE, 2000.).

Já a Secretaria Municipal de Habitação de São Paulo usa como definição:

(...) aglomerados de moradias de reduzidas dimensões, construídas com materiais inadequados (madeira velha, zinco, latas e até papelão) distribuídos irregularmente em terrenos quase sempre desprovidos de serviços e de equipamentos urbanos e sociais, compondo um complexo de ordem social, econômica, sanitária, educacional e urbanística (SECRETARIA MUNICIPAL DE HABITAÇÃO DE SÃO PAULO, 1972.).

Em ambos os casos, vemos o elemento de irregularidade e a falta de acessos a serviços e equipamentos públicos como características das favelas, juntamente com o padrão de construção irregular. São locais com ruas mais estreitas, onde o serviço de transporte coletivo convencional não tem acesso, fazendo com que os moradores desenvolvam seus próprios meios e rotas de circulação. Para outros serviços básicos como educação formal e saúde é necessário que os moradores das favelas busquem tais serviços “no asfalto”, ou seja, em áreas urbanizadas fora de seus territórios.

Diferente das favelas, os subúrbios não são considerados aglomerados subnormais na cidade paulistana. São bairros que, ainda que afastados do centro geográfico e dos fluxos de riqueza da cidade, possuem casas com condições estruturais superiores àquelas construídas nas favelas e têm acesso a serviços públicos como transporte, saúde e educação. Segundo D’Andrea (2020):

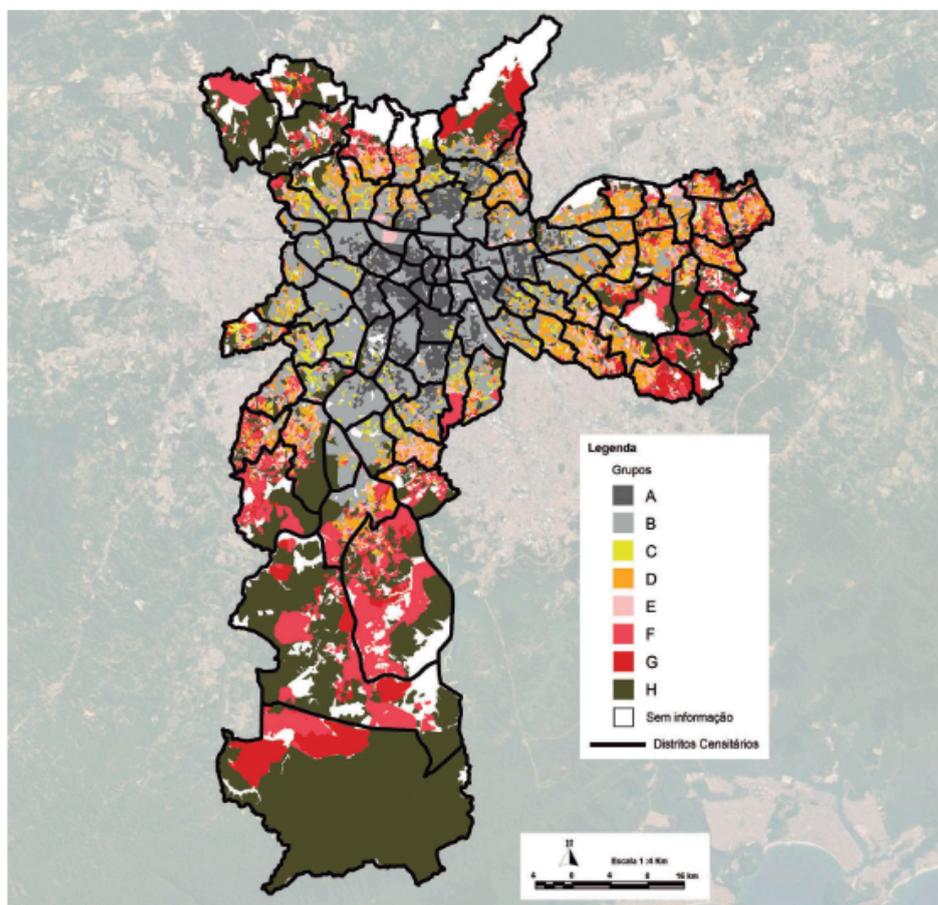
Subúrbio é composto por bairros mais antigos e com padrões urbanísticos com maior regulação. Quase sempre o crescimento desses bairros ocorreu pela presença de indústrias e vias férreas. Os lotes dos bairros de subúrbio geralmente são maiores e as ruas mais largas. O padrão é de casas mais baixas com quintal. São subúrbios os distritos da Penha, Vila Matilde, Vila Esperança, Vila Maria, Limão, Freguesia do Ó, Jabaquara, Saúde, entre outros (D’ANDREA, 2020, p. 28).

Por fim, periferias podem ser definidas como territórios afastados, no entorno dos centros econômicos urbanos, com pouca acessibilidade, mobilidade e em que a pobreza e a escassez são elementos presentes. Apesar de existirem loteamentos para as classes média e alta nos limites do espaço urbano, como é possível ver nas proximidades da Serra da Cantareira ou Granja Viana, elas não podem ser consideradas periféricas dado que, segundo Xavier e Kahil (2005, p.332), “(...)

periferia hoje é entendida mais pelo seu conteúdo, materialização da exclusão social e geográfica, do que pela geometria da cidade”.

Com o objetivo de demonstrar a pluralidade do território urbano em São Paulo, Nery, Souza e Adorno (2019) desenvolveram um mapa em que é possível ver os padrões urbano-demográficos da capital paulista, que está reproduzido a seguir:

Figura 7 - Mapa da cidade de São Paulo segundo os padrões geográficos



Fonte: Nery; Souza, Adorno (2019, p. 19)

De acordo com Nery, Souza e Adorno (2019), o Grupo D chamado de Residencial Disperso de Urbanização Radial abarca áreas periféricas com números maiores de aglomerados subnormais e com baixos índices de acesso a serviços de coleta sanitária quando comparado a grupos de áreas centrais (Grupos A, B e C). Assim, é possível perceber que existem tanto favelas (aglomerados subnormais) quanto subúrbios dentro de territórios chamados de periferia, mas que não são, necessariamente, a periferia.

Diante de tal conceituação é possível afirmar que podem existir favelas (aglomerados subnormais), subúrbios e áreas de riqueza destinadas às classes média e alta dentro dos territórios chamados de periferias e cada um deles tem suas próprias especificidades quanto a acessos, identificação e organização. Esta pesquisa restringe-se a olhar para o processo empreendedor com TICs de pessoas que residem na periferia, excluindo-se, assim, residentes em favelas e áreas de riqueza, uma vez que já existe literatura específica com este recorte.

2.4. Processo empreendedor

Descrever e entender as etapas de criação de uma empresa, ou seja, para desenvolver um negócio, as quais em conjunto são nomeadas pela literatura como processo empreendedor, se faz necessário neste trabalho, uma vez que se pretende mapear as fases e caminhos percorridos por empreendedores de periferias da cidade de São Paulo para estruturar seus negócios. Nos programas de empreendedorismo, o uso mais comum é o termo “Jornada Empreendedora”. Neste trabalho consideramos ambos os termos como sinônimos.

Dado que a criação de uma empresa, ou processo empreendedor, se estende desde a identificação da oportunidade ou ideia até o momento em que a empresa está consolidada, os estudiosos do tema optaram por dividi-lo em etapas. Apesar de ser tema de estudo desde a década de 1980, ainda não existe um consenso entre quantas são ao todo ou quais são essas etapas a serem percorridas no processo, havendo convergências e divergências entre os modelos propostos.

Moroz e Hindle (2012), percebendo a variedade dos estudos e modelos propostos para identificar as etapas do processo empreendedor, uniram-se para encontrar denominadores comuns para a compreensão de tal processo de forma sistemática, analisando o equilíbrio entre teoria e prática e diferenciando-os das funções gerenciais.

A revisão feita por Moroz e Hindle (2012) se fundamentou nos autores que estudam o empreendedorismo com foco no processo, ou seja, o que os empreendedores realmente fazem e como eles fazem. Assim, eles compilaram os modelos de processo empreendedor para comparação e contraste por meio de uma

análise das publicações dos livros didáticos e das publicações nos principais journals acadêmicos, considerando ao todo um período de 40 anos que os antecedem, no intuito de encontrar os pontos em que tais modelos convergem e divergem entre si. Entre as mais de 100 publicações encontradas, eles reduziram a análise a 32, mantendo o foco no processo empreendedor e eliminando redundâncias a partir das seguintes premissas:

- a) distinção: o processo descrito no modelo se aplica ao empreendedorismo em particular e não a gestão em geral;
- b) generalidade: alguma variante deste processo é observada em todos os casos podendo ser rotulado de “empreendedorismo”;
- c) precisão: há uma base probatória para a reclamação do processo;
- d) e simplicidade: a totalidade do modelo não é tão complexa que busca a impraticabilidade como um guia para profissionais e pesquisadores.

Dos 32 modelos analisados, 20 eram constructos conceituais e 12 baseados em evidências empíricas. Moroz e Hindle (2012) não conseguiram definir um modelo de processo empreendedor único, pois nenhum dos modelos analisados conseguiu cobrir um grande número de contextos (ser genérico) e focado nas atividades que poderiam ser consideradas como específicas do empreendedorismo (ser distinto).

Apenas 4 dos 32 modelos analisados atenderam a esses requisitos e foram considerados convergentes: Gartner (1985), Bruyat e Julien (2000), Sarasvathy (2001, 2006) e Shane (2003), os quais são apresentados a seguir.

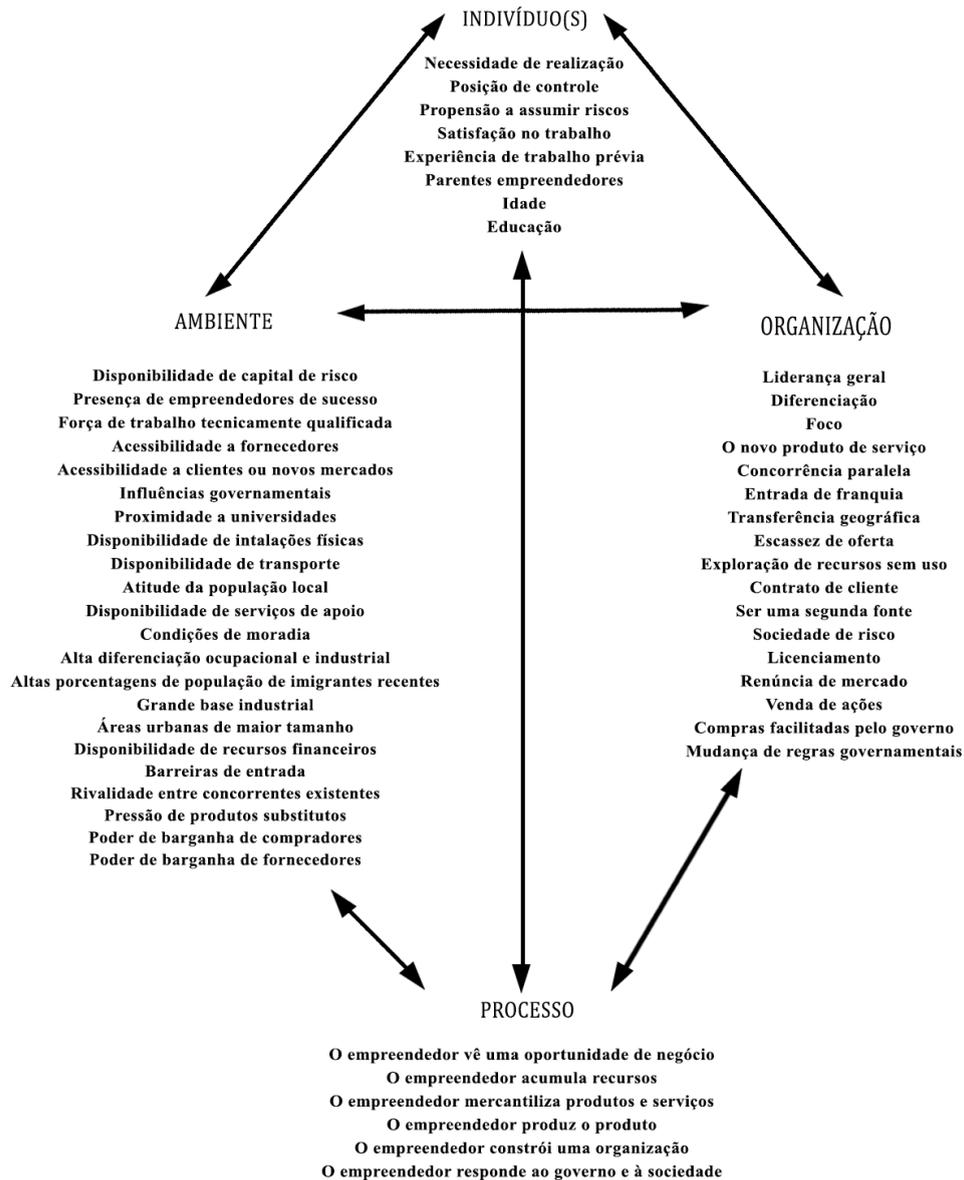
2.4.1. O modelo de Gartner (1985)

O primeiro modelo apresentado é o de Gartner (1985). Para ele, 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.

Gartner (1985) 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.

Figura 8 - Modelo de processo empreendedor de Gartner*



Fonte: GARTNER, (1985, p. 702). *Tradução livre

Gartner (1985) também afirma que comparar empresas de determinado setor com outras empresas de setores distintos determina as diferenças que cada empresa pode ter no seu processo de criação.

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.

2.4.2. O modelo de Bruyat e Julien (2000)

O segundo modelo apresentado por Moroz e Hindle (2012) foi o de Bruyat e Julien (2000). Para estes, o empreendedor é o indivíduo responsável pelo processo de criação de um novo valor - valor esse que não seria criado sem o empreendedor.

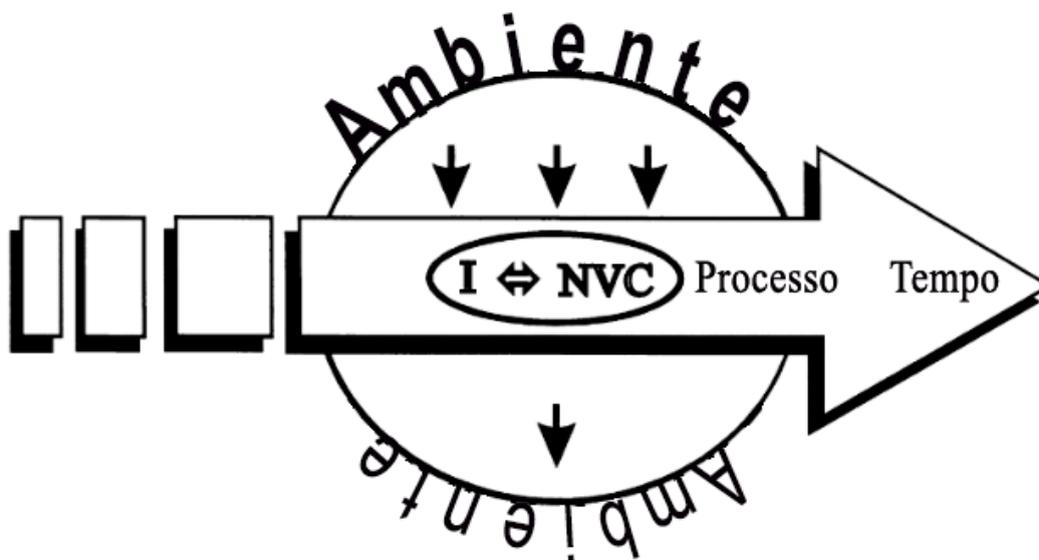
O termo empreendedor só pode ser utilizado, segundo Bruyat e Julien (2000), após tal valor ser efetivamente criado. Antes disso, o indivíduo é um empreendedor em potencial ou em desenvolvimento.

A proposta apresentada por esses autores é a da existência do indivíduo (I) e da criação de novo valor (NVC). O processo de criação desse novo valor estabelece novas dinâmicas a esse indivíduo, ora permitindo ora restringindo o aprendizado e as relações, e sendo um catalisador das mudanças de relações.

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.

O diálogo de criação de uma nova empresa é composto pelo indivíduo, o condutor do processo, a nova empresa e o ambiente, formando assim o que Bruyat e Julien (2000) chamam de sistema empresarial. Esse 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.

Figura 9 - Modelo de processo empreendedor de Bruyat e Julien*



Fonte: BRUYAT, JULIEN (2000, p. 170). *Tradução livre

A diferença entre esse modelo e o modelo de Gartner (1985) é que nele o indivíduo e o objeto criado são elementos centrais, enfatizando a necessidade de levar em conta o indivíduo e o projeto para compreensão do fenômeno.

Quando o projeto é criado por um grupo de pessoas em que todas exercem papel crucial para a criação de valor, sem a existência de um líder sem o qual nada teria sido possível, esse grupo pode ser chamado de indivíduo. Já para a definição de criação de valor, eles adotam o conceito utilizado pela economia neoclássica, sendo que valor se expressa apenas pela troca e pelo preço estabelecido no mercado, confirmando assim a natureza empreendedora.

Segundo Bruyat e Julien (2000), considerar apenas o empreendedor e suas características ao analisar o empreendedorismo é errado. Definir o empreendedor como um indivíduo (ou uma organização) com certas características específicas seria possível apenas se todos os empreendedores de fato tivessem essas características e se estas fossem exclusivas dos empreendedores, ou seja, criadores de novos valores.

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, portanto, de outros empreendedores e dos diversos recursos disponibilizados pelo meio ambiente.

2.4.3. O modelo de Sarasvathy (2001, 2006)

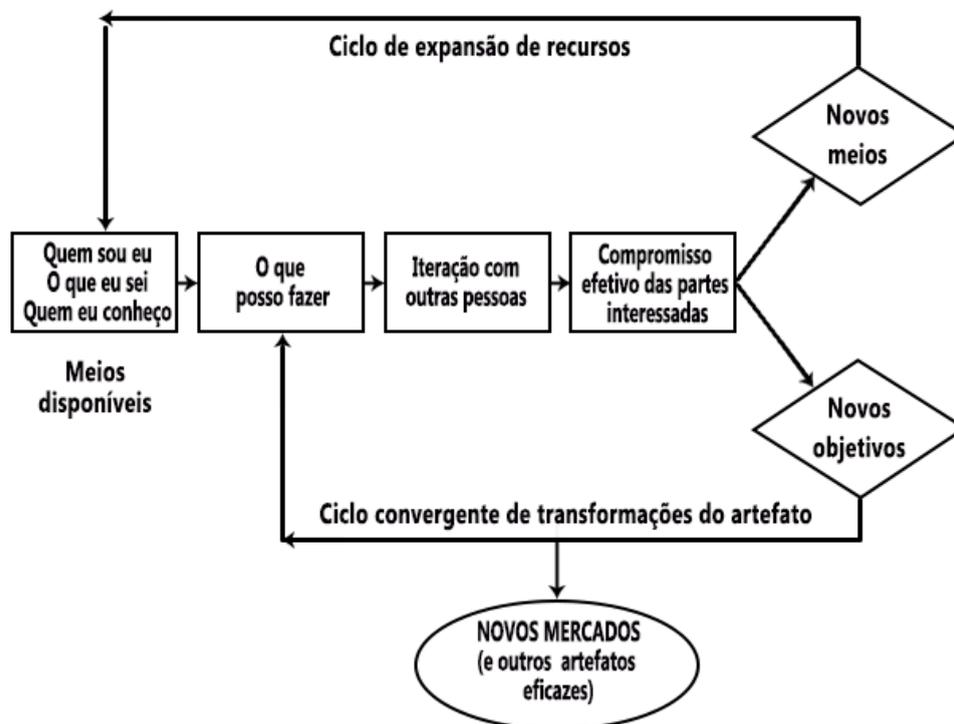
O terceiro modelo apresentado na análise de Moroz e Hindle (2012) é o de Sarasvathy (2001, 2006). Sarasvathy conceitua o que torna os empreendedores especialistas no que fazem. A autora amplia sua teoria para conseguir utilizar o *effectuation* como forma de diferenciar empreendedores de não empreendedores.

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.

Segundo Sarasvathy (2001, 2006), 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.

Figura 10 - Modelo de processo empreendedor de Sarasvathy*



Fonte: Adaptado de Sarasvathy (2001, 2006), apud Moroz, Hindle (2012, p. 25). *Tradução livre

O modelo proposto na Figura 4 foi proposto por Moroz e Hindle (2012) por meio de suas análises de Sarasvathy (2001, 2006). Apesar de também considerar o ambiente e os recursos, o modelo proposto inova ao apresentar a não existência de um planejamento prévio por parte do empreendedor, dado que sua abordagem traz um foco prático direto.

2.4.4. O modelo de Shane (2003)

O último modelo apresentado na análise de Moroz e Hindle (2012) foi proposto por Shane (2003) que tenta construir uma estrutura capaz de unificar indivíduo e oportunidade, motivado, segundo ele, pela ausência de uma estrutura conceitual que relaciona todas as partes e não apenas o processo empreendedor.

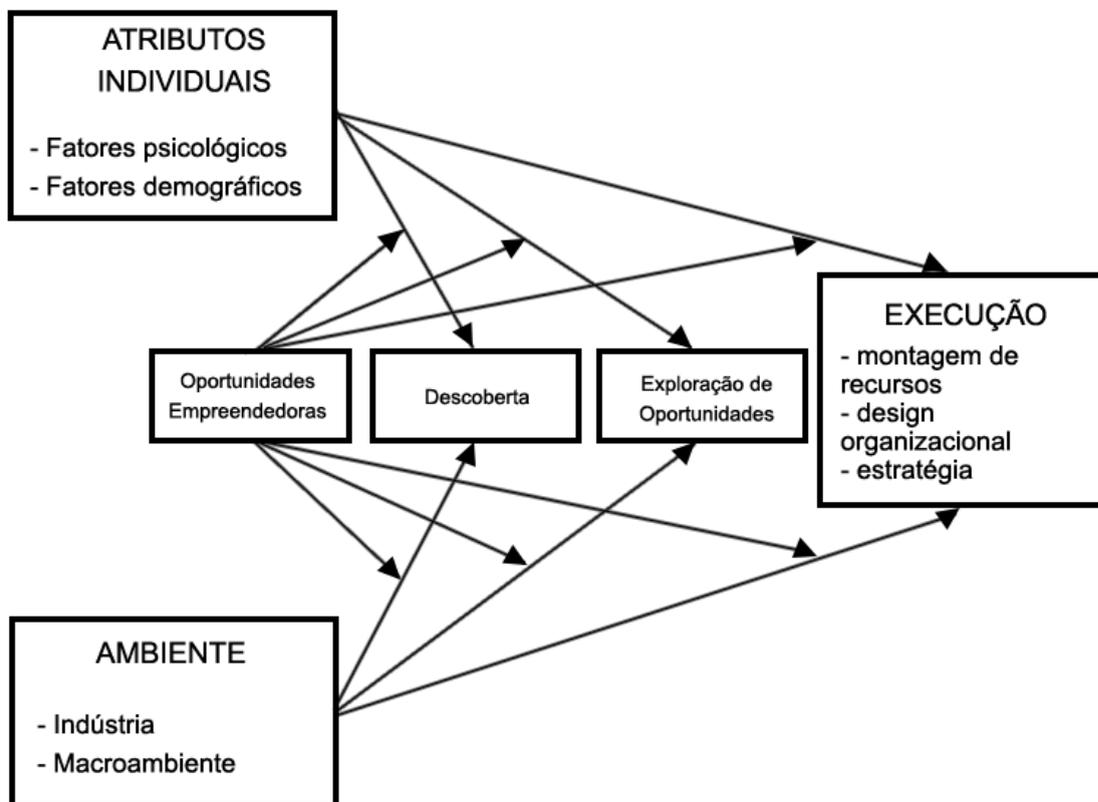
Shane (2003) sintetiza sua visão em 2 (dois) campos: um no indivíduo e outro no ambiente, e estabelece algumas condições necessárias para unificar o campo, sendo elas:

- 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.

Porém, o modelo de Shane (2003) não assume que:

- a) os esforços de organização de recursos não requerem a criação de uma nova empresa para explorar oportunidades, ou seja, é possível explorar uma oportunidade sem necessariamente criar uma empresa;
- b) a implementação (distinta de organização) não precisa ser realizada por um empreendedor solo;
- c) os resultados de sucesso não são uma condição necessária para o empreendedorismo;
- d) os fatores que explicam uma parte do processo empreendedor não precisam explicar os outros.

Figura 11 - Modelo de processo empreendedor de Shane*



Fonte: Shane (2003, p. 11) *Tradução livre

Nesse modelo, o processo empreendedor se inicia com a descoberta da oportunidade, influenciada tanto pelos atributos individuais quanto pelo ambiente em que o empreendedor está inserido. A partir daí, ele deve decidir se irá explorar a oportunidade e buscar recursos para executá-la ou não. Caso a decisão seja explorar a oportunidade, o empreendedor deve criar uma nova estrutura de meios e fins que o permitam rearranjar os recursos que acredita serem capazes de produzir lucro (SHANE, 2003).

Ao fazer contraste com essa otimização dentro da estrutura antiga, Shane faz um alinhamento implícito em sua própria concepção de empreendedorismo com inovação. Outro ponto interessante desse modelo é que o autor afirma que as oportunidades empreendedoras não são necessariamente lucrativas e, por isso, não podem ser equiparadas a rendas econômicas.

Como explicam Moroz e Hindle (2012) em seu argumento sobre o modelo de Shane (2003), gestores, cientistas e até jardineiros podem se envolver nas atividades de descoberta, avaliação e exploração de oportunidades, mas quando a busca por essas oportunidades é percebida como valiosa é associada ao interesse

de criar uma nova relação meios-fins para explorá-los, e a ação passa a ser considerada parte do processo empreendedor.

No quadro abaixo é possível encontrar a síntese dos modelos empreendedores apresentados até aqui.

Quadro 5 - Modelos de processo empreendedor

Autor	Conceituação	Variáveis	Processo
Gartner (1985)	O empreendedor está envolvido em um processo multidimensional de desenvolvimento organizacional focado na criação de uma nova empresa. Esta empresa é independente, orientada ao lucro e impulsionada pela experiência individual desse empreendedor.	Indivíduo; Ambiente; Processo; Organização.	Identificar a oportunidade de negócio; Angariar recursos; Comercializar produtos e serviços; Construir a organização; Responder ao governo e sociedade.
Bruyat e Julien (2000)	O indivíduo (I) organiza os fatores de produção e cria um novo valor (NVC) que, durante esse processo, estabelece novas dinâmicas que restringem ou permitem o aprendizado e catalisam mudanças de relações.	Indivíduo; Organização; Ambiente.	Não foram definidas etapas.
Sarasvathy (2001, 2006)	Não existe um planejamento prévio por parte do empreendedor para a criação da empresa. Ele deve “abraçar” as incertezas e trabalhar a partir delas ao invés de temê-las ou de tentar evitá-las.	Indivíduo; Recursos; Ambiente.	Não foram definidas etapas.

Autor	Conceituação	Variáveis	Processo
Shane (2003)	O processo empreendedor consiste em criar novos rearranjos de meios e fins para explorar oportunidades.	Indivíduo; Ambiente; Processo.	Existência da oportunidade empreendedora; Descoberta da oportunidade; Exploração da oportunidade; Angariação de recursos; Desenho da organização; Definição da estratégia.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Moroz e Hindle (2012).

Mesmo com a ausência de consenso sobre as atividades que compõem tal processo, os autores mencionam 2 (dois) elementos chave em comum: o ambiente em que este empreendedor está inserido e o indivíduo (GARTNER, 1985; BRUYAT, JULIEN, 2000; SARASVATHY, 2001, 2006; SHANE, 2003).

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).

Ao olhar de forma mais aprofundada para as interações entre indivíduo e ambiente para criação de uma empresa, Sarasvathy (2004) acredita que, quando colocamos o empreendedor no centro dos estudos de empreendedorismo, é preciso desenvolver uma visão de que a empresa é apenas um meio aplicado por esse empreendedor e outros *stakeholders* como forma de moldar o futuro de acordo com sua imaginação individual ou coletiva. Ela aponta que as pesquisas sobre empreendedorismo devem ir além das teorias focadas no desenvolvimento do negócio e devem colocar a pessoa empreendedora no centro da pesquisa. Isso porque essas teorias estão focadas em explicar o sucesso empreendedor baseado nas empresas que sobrevivem usando como explicação as forças do mercado, dinâmicas da indústria ou perfil da população, deixando de lado a distinção entre empresa e empreendedor, os objetivos do empreendedor e suas intenções, e os

interesses ao começar um negócio, os quais segundo ela são diretamente influenciados por questões sociobiológicas, psicológicas, históricas e culturais, interesses estes que ela nomeia como "agenda empreendedora".

Neste aspecto, Fisher (2012) propôs 3 (três) abordagens teóricas para o comportamento empreendedor: bricolagem, *effectuation* e *causation*. As teorias com foco no planejamento prévio para as ações empreendedoras a serem realizadas são enquadradas em *causation* e as que buscam entender a tomada de decisão no dia a dia do empreendedor podem ser englobadas em *effectuation*. Já a bricolagem contempla uma mistura entre as abordagens *causal* e *effectual*.

Segundo Sarasvathy (2005), *causation* começa com um objetivo predeterminado e um conjunto de meios preestabelecidos. Com isso em mãos, o indivíduo avança para a identificação da melhor alternativa, que neste contexto é a mais rápida, mais barata e mais eficiente para atingir o objetivo que foi determinado. Esta abordagem pode ou não envolver o pensamento criativo, pois é aplicada na prática por meio de um cuidadoso e elaborado planejamento. É também uma forma de raciocínio que se concentra no retorno esperado, é dependente das análises competitivas e explora ao máximo o conhecimento disponível para tentar evitar possíveis surpresas. Por ser baseado na lógica, uma vez que é possível prever o futuro, é possível controlá-lo. *Causation* é uma lógica que depende do efeito.

Já *effectuation* tem seu início com um conjunto de meios e, a partir deles, os objetivos surgem ao longo do tempo através das mais variadas imaginações e aspirações do empreendedor e das pessoas com quem ele interage. É inerentemente criativo e exige espontaneidade, tomada de riscos e habilidade para vender. Mantém o foco na perda aceitável, ou seja, até onde esse empreendedor está disposto a perder, e se concentra nas parcerias estratégicas, fazendo uso também dos imprevistos como pontes e saltos para a criação de novas empresas, já que opera na imprevisibilidade.

Effectuation é uma lógica que depende das pessoas envolvidas. Nela, os empreendedores partem de 3 (três) princípios:

- a) quem são: características, gostos e habilidades;
- b) o que eles sabem: educação, aprendizados e experiências prévias;
- c) quem eles conhecem: suas redes sociais e profissionais.

Com esses recursos eles começam a imaginar e implementar coisas que podem ser criadas com tais recursos. Em geral, começam pequenos, com os recursos que estão mais próximos, e seguem para a ação sem nenhum planejamento elaborado, estando focados na execução. Isso faz com que os planos sejam refeitos diversas vezes devido à interação direta com outras pessoas envolvidas nos processos. Apesar disso, sempre há uma visão de futuro que mantém a equipe unida e que atrai novas pessoas para o processo de execução, o que gera mudança e reconfiguração no conjunto de possíveis resultados.

Apesar de serem inversos, Sarasvathy (2005) afirma que o mesmo empreendedor pode fazer uso dos dois modelos de abordagem em momentos distintos - a chamada bricolagem - a depender das circunstâncias em que está inserido. Ambos exigem habilidades e treinamentos específicos para domínio de habilidades necessárias para o sucesso do negócio.

Para este trabalho, a pesquisadora optou por observar, na trajetória relatada pelas pessoas entrevistadas, quais aspectos do processo empreendedor apresentados pelos autores estudados apareciam nos relatos, sendo eles: aspectos individuais, ambientais, processo de estruturação do negócio e recursos disponíveis e acessados. Assim, não foi escolhido apenas um autor, mas um compilado de todas as abordagens apresentadas aqui.

2.5. O 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.

Hudson (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.

Barki et. al (2022) afirma que empreendedores residentes em regiões periféricas, do ponto de vista individual, enfrentam um ambiente empresarial hostil e que isso gera impactos negativos tanto na intenção de empreender quanto no sucesso empresarial. Entre essas barreiras os autores citam as dificuldades de acesso à internet, dificuldades logísticas e barreiras de acesso a mercado, além da ausência de incentivo e políticas públicas.

Segundo o Relatório GEM (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.

A seguir, o quadro a seguir apresenta os principais pontos do referencial teórico sobre o processo empreendedor nas periferias.

Quadro 6 - Principais pontos do referencial teórico sobre processo empreendedor nas periferias

Autor(es)	Conceito
Rae (2017)	Empreendedorismo como atividade periférica e como forma de participação econômica, pois são excluídos de oportunidades comuns.
Imas; Wilson; Weston (2012)	Empreendedorismo caracterizado por solidariedade e comunidade como forma de impulsionar a transformação ou mudança social; Empreendedorismo menos competitivo e egoísta, como forma de responder aos problemas socioeconômicos; Desafiam a lógica do que é ser empreendedor; Sistemas econômicos que servem às pessoas.
Hudson (1999)	Comportamento associativo; Redes de cooperação; Atividade e engajamento cívico; Redes de relacionamento que geram capital social.
Tommasi (2018)	"Ser" e "Estar" na periferia como forma de legitimar a fala e valorizar o território.
D'Andrea (2020)	Trajetórias "Quebradas" por serem atravessadas por situações em que são os únicos de sua origem em espaços considerados de poder e que não foram projetados para sua inserção e permanência.

Fonte: Elaborado pela autora.

3. MÉTODO DE PESQUISA

Neste capítulo, apresentamos os procedimentos metodológicos adotados para a realização da pesquisa, tendo em vista os objetivos desta dissertação.

A estrutura central deste trabalho será a pesquisa profissional, uma vez que esta é a espinha dorsal do programa de Mestrado Profissional em que a pesquisadora está inserida. A seguir, há uma exposição da revisão da literatura, do delineamento do método utilizado e da abordagem escolhida, os procedimentos de coleta de dados, a caracterização da amostra, instrumento de coleta, protocolo de pesquisa e critérios para análise dos dados. Por fim, estão incluídos o quadro de classificação metodológica e a matriz de amarração da metodologia adotada.

3.1. Delineamento da Pesquisa

Segundo Gil (2007), uma das formas mais utilizadas para classificação de pesquisas são os objetivos delas, que podem ser descritivas, exploratórias ou explicativas.

O objeto central de estudo é o processo empreendedor de quem empreende com tecnologias da informação e comunicação nas periferias de São Paulo. O objetivo principal é compreender como é esse processo empreendedor para então decodificar os elementos que facilitam e dificultam tal processo.

Para que seja possível alcançar os objetivos propostos para este estudo, optou-se pela pesquisa descritiva com o propósito de apresentar as características do processo empreendedor do grupo estudado e identificar os elementos que propiciam ou impedem o desenvolvimento de seus negócios. Tal abordagem é indicada para situações em que se faz necessário descrever as características de determinada população ou fenômeno em questão e estudar suas características (GIL, 2007). O presente estudo não tem a finalidade de tipificar nem generalizar o empreendedor de negócios com TICs nas periferias de São Paulo. A esta pesquisadora interessava estudar as características deste grupo, apresentando as especificidades de seu processo empreendedor em seu cenário natural, ou seja,

dentro das periferias, dada a ausência de pesquisas que articulem os temas abordados neste trabalho.

A pesquisa descritiva habitualmente envolve uma abordagem qualitativa, o que, segundo Lakatos e Marconi (2008, p. 269), tem a preocupação de descrever, analisar e interpretar aspectos mais profundos das informações coletadas. Tal metodologia permite ao pesquisador uma análise mais detalhada sobre sua investigação uma vez que os dados serão interpretados e não apenas quantificados.

Baseada em tais definições, fez-se a escolha pela abordagem qualitativa, uma vez que este trabalho busca descrever e compreender o processo empreendedor dos empreendedores estudados, e não mensurá-los. Para Richardson (1999, p. 90), a pesquisa qualitativa “pode ser caracterizada como uma tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados”. Segundo Lüdke (1986, p. 18), o estudo qualitativo “é o que se desenvolve numa situação natural, é rico em dados descritivos, tem plano aberto e flexível e focaliza a realidade de forma complexa e contextualizada”.

A respeito do procedimento técnico para a coleta de dados optou-se pelo uso da história de vida. Tal procedimento foi escolhido considerando o desejo desta pesquisadora em saber o que acontece de fato na trajetória de quem empreende em TICs nas periferias da cidade de São Paulo. Sendo o foco da pesquisa a prática desses empreendedores, era de interesse saber quais definições esses empreendedores constroem de si nos diversos momentos de desenvolvimento de seus negócios, a organização que fariam de suas experiências empreendedoras e o sentido que construíram de si mesmos nesses contextos.

Segundo Alberti (2004), a análise da história de vida permite ao pesquisador ter acesso às informações que pertencem à pessoa entrevistada; reconstruir fatos que não possuem registro; identificar como esta pessoa descreve sua experiência e as relaciona com seus aprendizados e decisões; entender como a pessoa entrevistada experiencia o passado e traduz suas vivências; e demarcar a história de vida com recorte para um estudo específico, o que nesta pesquisa é a descrição das especificidades do processo empreendedor com TICs nas periferias da Cidade de São Paulo.

Adam (2008) faz a divisão dos fatos apresentados em uma narrativa em eventos e ações. Os eventos têm a presença de um agente cujas ações provocam

mudanças no estado original ou tentam evitá-las. Já as ações são os efeitos e ocorrem sem interferência planejada do agente. Outro ponto apresentado pelo autor é a existência de uma trama, a qual é dividida em cinco grandes momentos: situação inicial, nó desencadeador, reação ou avaliação, desenlace e situação final.

Assim, 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 pela pesquisadora.

Somada à análise narrativa, utilizou-se elementos da análise de conteúdo para interpretação dos resultados obtidos. Segundo Bardin (2011), o processo de análise de conteúdo se dá por meio de recortes feitos no discurso que podem ser interpretados. Por exemplo, a análise de enunciação (escolha de palavras feitas pela pessoa entrevistada), análise de expressões, análise de avaliação (posturas que podem ser consideradas positivas ou negativas diante de determinado assunto ou situação) e análise de relação (assuntos que surgem relacionados ao discurso). A prioridade da análise é observar a frequência da ocorrência do tema escolhido para observação, intensidade e a correlação desta com outros temas da análise, permitindo que múltiplas comparações sejam feitas.

A seguir, o quadro abaixo apresenta a classificação metodológica da presente pesquisa:

Quadro - 7 Classificação metodológica da presente pesquisa

Dimensão	Classificação
Método	Exploratório
Tipo de pesquisa	Descritiva
Abordagem da pesquisa	Qualitativa
Procedimento de coleta de dados primários	Entrevistas abertas
Procedimento de coleta de dados secundários	Revisão de literatura
Instrumento de coleta de dados primários	Roteiro com base no método de História Oral
Análise dos dados	Análise narrativa (ADAM, 2008) e análise de conteúdo (BARDIN, 2011)

Fonte: Elaborado pela autora

3.2. Critérios de seleção e tamanho da amostra

No intuito de acessar uma amostra de empreendedores capaz de permitir a exploração profunda da questão de pesquisa, estes foram selecionados com base nos seguintes critérios:

1. Residir em uma região de periferia situada nas zonas norte, sul, oeste ou leste do município de São Paulo: visando identificar pessoas que possuem vivência nos territórios periféricos e que estão familiarizadas com as dinâmicas internas dessas localidades;
2. Ter um negócio com fins lucrativos: eliminando empreendimentos que não possuem fins lucrativos, como organizações não-governamentais, coletivos e associações, pois elas geram resultado financeiro de outras formas;
3. Utilizar tecnologias da informação e comunicação (TICs) no modelo de negócio, eliminando modelos de negócio que se utilizam de outras tecnologias;
4. Ter um negócio com no mínimo 1 ano de atuação: com foco em empreendedores que já tenham vivenciado alguma etapa do processo

empreendedor, sendo assim capazes de contribuir com suas experiências neste estudo;

5. Ter o negócio sediado em uma região de periferia situada nas zonas norte, sul, leste ou oeste do município de São Paulo, contribuindo efetivamente para este estudo.

Foram enviados 12 (doze) convites para empreendedores previamente selecionados por conveniência, acessando pessoas no perfil buscado que faziam parte da rede de contatos da pesquisadora e de pessoas próximas, dentro do estabelecido na caracterização da amostra. Dos convites enviados, 10 (dez) retornaram de forma positiva, com os quais foi realizada a coleta de dados. Das 10 (dez) entrevistas realizadas, 2 (duas) foram desconsideradas por terem inserido TICs no modelo de negócios devido às restrições impostas pela pandemia de Covid-19 e 1 (uma) por não ser um negócio com fins lucrativos. A análise foi feita com base na história empreendedora contada pelas 7 (sete) entrevistas consideradas como válidas, 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.

3.3. Instrumentos de coleta de dados

Para atender aos objetivos da pesquisa, a coleta de dados foi dividida em duas etapas. A primeira delas, composta por uma revisão de literatura dos conceitos de periferia e processo empreendedor, por meio do levantamento de publicações em periódicos. O detalhamento sobre esta coleta foi apresentado anteriormente no referencial teórico.

Já na segunda etapa foi realizada uma coleta de dados primários por meio de perguntas abertas, com adoção da técnica de entrevistas em profundidade para abordar o tema referente à forma como acontece o processo empreendedor de

quem empreende com negócios com TICs nas periferias urbanas da cidade de São Paulo e as especificidades que tal processo possui no contexto citado.

As entrevistas ocorreram entre agosto e outubro de 2021 e, devido ao cenário de pandemia, todas elas foram realizadas de forma *online*, por videoconferência, respeitando as orientações de distanciamento social. Foi realizado um teste prévio com uma empreendedora para avaliar a pertinência de um roteiro de perguntas semi-estruturadas e do método proposto. O teste deixou muitas lacunas e dúvidas quanto ao desenvolvimento do negócio e, em resposta, a pesquisadora alterou o roteiro para uma questão aberta inicial: “Conte-me sobre o seu negócio e como você chegou até o dia de hoje com ele. Você pode começar pelo momento em que entende que seu negócio começou e me contar tudo aquilo que entende ser relevante desde então, até chegar no seu momento atual. Tudo é importante, então fique à vontade para contar da forma que fizer sentido para você” e, ao final, fez perguntas do tipo “Você falou sobre determinado ponto. Pode explicar melhor o que aconteceu ali?” para entender colocações que deixaram dúvidas. O intuito era obter mais informações sobre o empreendimento, incluindo tópicos importantes a serem observados na narrativa, a saber: dinheiro e acesso a capital; acesso à educação formal; acesso à capacitação empreendedora e sua influência no negócio; gestão de pessoas; influências externas para empreender; formação do quadro societário; processo de aquisição de clientes; desenvolvimento de produto; planejamento para tomada de decisões. Todos os pontos foram organizados pela ótica da pessoa entrevistada. O pré-teste não foi incorporado à amostra da pesquisa por estar restrito apenas aos tópicos de apoio financeiro, políticas governamentais, educação e capacitação, normas culturais e sociais, medo de fracassar e disposição ao risco (GEM, 2017).

As entrevistas foram agendadas previamente e realizadas por meio de plataforma de videochamada e para gravação de áudio e vídeo foi utilizada a ferramenta da própria plataforma em que a entrevista ocorreu. O tempo total de duração da coleta foi de onze horas e vinte minutos, com duração aproximada de cento e vinte minutos por entrevista. 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. Para manter a privacidade das pessoas entrevistadas, apenas as linhas do tempo em que não é possível identificar as entrevistadas foram inseridas neste trabalho, porém todas elas - tanto as que permitem identificar a pessoa entrevistada quanto as que permitem essa identificação - foram utilizadas junto com a análise de dados para elencar e descrever tanto o processo empreendedor quanto as dificuldades e facilidades de empreender com TICs nas periferias de São Paulo.

3.4. Características das pessoas empreendedoras entrevistadas

Seguindo as diretrizes apresentadas no capítulo de Método de Pesquisa, foram entrevistadas 7 pessoas empreendedoras que empreendem negócios com TICs nas periferias da Cidade de São Paulo. Foram entrevistadas 3 pessoas residentes na periferia da zona norte, 2 pessoas residentes na periferia da zona sul e 2 pessoas residentes na zona leste. Não foram encontradas pessoas residentes na periferia da zona oeste da cidade de São Paulo que atendessem aos requisitos de perfil para composição da amostra.

Ainda sobre o perfil das pessoas entrevistadas, em relação ao gênero a amostra teve um total de 4 mulheres e 3 homens e em relação à raça/cor foram entrevistados 1 pessoa autodeclarada branca e 6 pessoas autodeclaradas pretas.

Destes, 4 se dedicam de forma integral ao negócio, sendo este o seu principal trabalho e tendo a empresa como principal fonte de recursos, e 3 se dedicam de forma parcial ao negócio, tendo a empresa como uma atividade secundária, pois sua principal fonte de renda provém de alguma outra atividade.

A Entrevistada 01 é moradora de uma periferia da zona sul. Cresceu com um pai que trabalhava por conta própria na construção de casas mas demorou a entender que aquilo era empreendedorismo. Foi a primeira da família a ingressar e obter diploma de ensino superior, mas nunca havia pensado em empreender. Após o casamento acabou perdendo o emprego e, enquanto buscava recolocação no mercado, começou a trabalhar na empresa ao lado do então marido. Ao longo do tempo foi se aperfeiçoando e gerando valor ao negócio e decidiu não retornar mais

ao mercado de trabalho, mas permanecer na empresa e fazê-la crescer ao longo dos anos.

A Entrevistada 02 é moradora de uma periferia da zona norte de São Paulo. Cresceu com pais empreendedores participando do dia a dia dos negócios deles: primeiro uma padaria, depois uma escola de educação infantil. Ingressou na universidade pública com a perspectiva de trabalhar em sua área de formação mas não conseguiu isso nas empresas de mercado que tentou. Sempre havia uma inadequação relacionada a sua aparência física e isso a motivou a, não apenas empreender uma empresa em que ela pudesse continuar com sua estética mas também pudesse normalizar essa estética em jogos de computador - foi assim que ela criou sua própria empresa de jogos

A Entrevistada 05 é moradora de uma periferia da zona leste. Cresceu com pais com trabalhos formais mas sempre ouviu sobre os tios e as histórias sobre ter um negócio próprio. Ingressou na universidade onde conheceu um amigo com o qual decidiu montar um negócio na mesma área de formação de ambos. A decisão se deu por tentarem seguir suas aspirações no mercado de trabalho mas sempre se depararem com situações que os faziam questionar sobre a real diferença que podiam fazer na vida das pessoas por meio do seu trabalho.

A Entrevistada 06 também é uma moradora de uma periferia da zona norte de São Paulo, porém em bairro diferente da Entrevistada 02. Também cresceu com exemplos próximos de empreendedorismo, sendo o mais marcante o pai, que teve três empresas. Porém o que mais marcou essa entrevistada foi o fato de o pai ter fracassado nas três empresas, o que gerou nela um grau de aversão à possibilidade de empreender e influenciou diretamente sua decisão de seguir pela carreira de funcionária pública. Porém, ainda assim, ao se deparar com os desafios do exercício da profissão e pelos encantos das possibilidades da área decidiu experimentar criar um negócio junto com seu companheiro para mudar o cenário em que estavam.

A Entrevistada 07 é mais moradora de uma periferia da zona sul e, mesmo em um bairro diferente das outras duas entrevistadas da zona sul, também cresceu em meio a uma família empreendedora. Segundo seu relato, para sua família a opção era empreender ou trabalhar para outras pessoas em trabalhos braçais e com baixa remuneração. Migrou para São Paulo, saindo de Minas Gerais, em busca de melhores oportunidades de estudo e também para realizar o sonho familiar de estudar na USP, pois seu pai havia sido uma das pessoas que construiu a

universidade. Porém, após o término do curso, ficou desempregada e teve dificuldade em se recolocar no mercado de trabalho. Assim seguiu os aprendizados que teve com sua família e acabou começando o próprio negócio, ao lado de amigos que conheceu na cidade de São Paulo.

A Entrevistada 08, também é moradora da periferia da zona leste de São Paulo e também cresceu em meio a uma família empreendedora. Ingressou na universidade e conseguiu um emprego em uma grande empresa, onde permanece até hoje. Porém, dentro dessa empresa em que trabalha, encontrou colegas com o interesse em empreender e começaram a buscar oportunidades no mercado. Encontraram uma oportunidade de negócio no varejo e decidiram seguir por ela, mas o perfil centralizador da entrevistada fez com que os colegas desistiram do empreendimento. Ela então decidiu seguir por conta própria, encontrou outros sócios e segue dividindo seu tempo entre o trabalho formal e o empreendedorismo.

A Entrevistada 09, moradora da periferia da zona norte, cresceu com uma mãe empreendedora e acompanhou o processo bem de perto. Começou a empreender de forma tradicional e migrou para a tecnologia com a entrada de sua sócia no negócio. A sócia também cresceu com pai empreendedor e acabou, depois da graduação, indo trabalhar no empreendimento do pai. Ambos sempre tiveram a comunidade em que moram como o centro de suas ações e têm buscado formas de gerar mais acesso à população local. O trabalho passou a receber maior destaque depois de serem entrevistados por alguns jornais e veículos de comunicação com foco em empreendedorismo.

3.5. Características dos negócios que compõem a amostra

No que tange ao tempo de existência do negócio, todas as pessoas entrevistadas possuem empreendimentos fundados antes de 2020. Este critério é importante, pois em 2020 tivemos o início da pandemia global de Coronavírus, que trouxe a obrigatoriedade de distanciamento social como forma de frear o contágio e, por consequência, muitos negócios tiveram que se adaptar ao meio digital e passar a utilizar TICs como forma de manter a empresa funcionando durante todo o período que se estendeu até o segundo semestre de 2021. Na média, os negócios dos

entrevistados têm 5,71 anos, sendo o mais antigo com 13 anos de atuação no mercado e o mais novo 4 anos.

Sobre a adoção de tecnologias, a pesquisadora buscou empresas que tivessem construído seu modelo de negócio com base em tecnologias da informação e comunicação e sem as quais o negócio não existiria, excluindo assim negócios sediados em periferias da cidade de São Paulo que fizessem uso de meios digitais apenas como canal de venda de produtos. Dos 7 (sete) entrevistados, foram encontrados 3 (três) negócios com modelo de aplicativo, 1 (um) em modelo *e-commerce* e 3 (três) em modelo plataforma, sendo todos com fins lucrativos.

Entre os segmentos de atuação estão serviços corporativos, jogos eletrônicos, marketing, educação, recursos humanos, *e-commerce* e mobilidade urbana. Já em termos de tamanho, segundo a definição do Sebrae Nacional / DIEESE (2013), todos podem ser considerados microempresas por terem menos de 9 (nove) funcionários cada.

Sobre a abrangência de atendimento, apenas 1 (um) dos negócios entrevistados atende exclusivamente pessoas residentes em periferias da cidade de São Paulo - nesse caso a Brasilândia, bairro de periferia localizado na zona norte. Os outros 6 (seis) atendem tanto pessoas que residem em bairros periféricos quanto as que estão fora desses territórios.

A respeito da composição dos times fundadores, 6 (seis) possuem sócios e 1 (um) empreende de forma solo. Dos que possuem sócios, 3 (três) estão em sociedade com parentes (cônjuge, pais, filhos) e 3 (três) com amigos. Em 6 (seis) deles o time fundador é formado por 2 (duas) pessoas, em 1 é formado por 3 (três) pessoas e 1 (um) é formado por 1 pessoa. Este último foi fundado por 2 (duas) pessoas, mas ao longo do desenvolvimento do negócio a sociedade foi dissolvida e na data da entrevista a empresa era liderada por apenas uma pessoa.

Já em termos de equipe, 3 (três) das entrevistadas possuem time com dedicação integral, sendo 2 (duas) delas de 1 (uma) pessoa contratada e na outra 2 (duas) pessoas contratadas. As outras 4 (quatro) trabalham com prestadores de serviços para realização de atividades ou fazem a contratação sob demanda para dedicação parcial, com foco em apenas resolver uma demanda pontual da empresa quando necessário.

A seguir é apresentado o quadro geral de características das empresas entrevistadas.

Quadro 8: Perfil geral das empresas

Empresa pertencente a pessoa entrevistada	Região	Tempo de Existência (em anos)	Modelo de Negócio	Segmento de atuação	Porte	Abrangência de atendimento	Número de fundadores	Relação entre os sócios	Dedicação ao negócio	Quantidade de pessoas na equipe	Regime de contratação
1	Zona Sul	13	Plataforma	Serviços Corporativos	Microempresa	Ilimitada	2	Conjuge	Integral	3	CLT
2	Zona Norte	4	Aplicativo	Jogos Eletrônicos	Microempresa	Ilimitada	2	Conjuge	Integral	3	PJ
5	Zona Leste	5	Plataforma	Marketing	Microempresa	Ilimitada	2	Amigos	Integral	4	PJ
6	Zona Norte	4	Aplicativo	Educação	Microempresa	Ilimitada	1	-	Parcial	0	-
7	Zona Sul	4	Plataforma	Recursos Humanos	Microempresa	Ilimitada	3	Amigos	Parcial	0	-
8	Zona Leste	6	E-commerce	Moda	Microempresa	Ilimitada	2	Amigos	Parcial	3	-
9	Zona Norte	4	Aplicativo	Mobilidade Urbana	Microempresa	Periferia Local	2	Pai e Filha	Integral	2	-

Fonte: Elaborada pela autora

Após a finalização da coleta de dados, foi feita a transcrição de todas as entrevistas para análise flutuante que, segundo Bardin (2011), consiste no primeiro contato com os documentos a serem analisados e a sua escolha, no intuito de formar hipóteses, objetivos e indicadores que vão guiar a interpretação dos achados.

Em seguida, observou-se a existência de padrões na estruturação das narrativas, padrões esses que deram origem aos códigos utilizados na análise de acordo com os marcos relatados pelos entrevistados. Tal análise levou ao encontro de 5 (cinco) marcos que formam a trajetória empreendedora das pessoas participantes deste estudo, partindo dos eventos relatados, os quais serão descritos de forma detalhada no capítulo de Discussão dos Resultados.

Com a trajetória empreendedora mapeada, uma nova análise foi feita com as transcrições das entrevistas, desta vez sob o olhar dos aspectos que podem facilitar e os que podem dificultar o percurso dos empreendedores entrevistados. Para tanto, a pesquisadora utilizou as mesmas diretrizes do tópico anterior, tendo começado pela análise flutuante, seguido com a busca de padrões de narrativa, tratamento dos resultados obtidos e interpretação destes dados.

Assim, chegou-se a 6 (seis) eventos considerados facilitadores e 4 (quatro) eventos considerados dificultadores, os quais são apresentados de forma descritiva nas seções 4.3. Facilitadores para a consolidação de negócios de base tecnológica nas periferias da cidade de São Paulo e 4.4. Dificultadores para a consolidação de negócios de base tecnológica nas periferias da cidade de São Paulo.

Por fim, apresenta-se no final do capítulo de Discussão dos Resultados um Modelo de processo empreendedor com TICs nas periferias urbanas encontrado nas entrevistas, sendo este a junção dos marcos do processo empreendedor, seus facilitadores e dificultadores.

3.6. Matriz de Amarração

A seguir, apresenta-se a matriz de amarração metodológica desta dissertação:

Quadro 9: Matriz de Amarração Metodológica

Matriz de Amarração Metodológica						
Questão de Pesquisa	Objetivo geral	Objetivos Específicos	Premissas da Pesquisa	Fundamentação teórica		Método de Pesquisa
Quais as especificidades do processo empreendedor com tecnologia da informação e comunicação nas periferias da cidade de São Paulo?	Entender como é a jornada de quem empreende com tecnologia nas periferias de São Paulo capital e, com isso, decodificar os elementos que proporcionam uma estrutura de apoio adequada ao desenvolvimento e consolidação desse tipo de negócio.	Caracterizar periferia e empreendedorismo na periferia.	Empreender em regiões periféricas de grandes centros urbanos é diferente do que empreender em regiões centrais	Periferia Durham (1986) D'Andrea (2013, 2020) Frederico (2013) Magnani (2012) Nery, Souza e Adorno (2019) Ritter e Firkowski (2003) Xavier e Kahil (2005) IBGE Habi/SEHAB Plano Diretor Estratégico da cidade de São Paulo	Processo Empreendedor Benneworth (2004) Bruyat e Julien (2000) Fuduric (2012) Gartner (1985) Imas, Wilson e Weston (2012) Moroz e Hindle (2012) Rae (2017) Sarasvathy (2001, 2006) Shane (2003) Tommasi (2018) GEM (2007)	Método: Método de pesquisa profissional
		Mapear as fases/caminhos percorridos por empreendedores na periferia para estruturação de seus empreendimentos	As etapas do processo empreendedor são encontradas ou percebidas de forma diferente por quem empreende com tecnologia em regiões periféricas nos grandes centros urbanos, o que modifica a jornada desse empreendedor			Tipo de pesquisa: Descritiva
		Elencar os elementos facilitadores e dificultadores para a consolidação de negócios de base tecnológica nas periferias dos grandes centros urbano	Há elementos específicos que influenciam a jornada de quem empreende com tecnologia nas regiões periféricas dos grandes centros urbanos			Abordagem da pesquisa: Qualitativa
		Propor recomendações para organizações dinamizadoras que apoiam empreendimentos na periferia	Apoiar negócios de base tecnológica nas periferias dos grandes centros urbanos requer uma abordagem diferente daquela adotada no apoio a negócios de base tecnológica que estão em regiões centrais			Procedimento de coleta de dados primários: Entrevista
						Procedimento de coleta de dados secundários: Revisão da literatura
						Instrumento de coleta de dados primários: Técnicas projetivas de associação, construção e ordenamento de escolhas
						Análise dos dados primários: Análise de conteúdo seguindo as diretrizes de Bardin (1977)
						Análise de dados secundários: Triangulação

Fonte: Elaborada pela autora baseado em Mazzon (2018)

4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo estão apresentados os resultados da coleta de dados primários e suas análises, respeitando a literatura apresentada anteriormente, os procedimentos metodológicos para análise e os objetivos estabelecidos para esta pesquisa. Tal análise segue a combinação de elementos presentes nas análises narrativa e de conteúdo.

Primeiramente, os dados foram analisados de forma individual para buscar as especificidades do processo empreendedor das pessoas entrevistadas, dificultadores e facilitadores de tal processo. No segundo momento, esses dados foram analisados de forma comparativa no intuito de encontrar convergências entre os aspectos citados. Por fim, os achados foram submetidos à técnica de triangulação com os dados secundários obtidos na revisão de literatura como forma de aprimorar as conclusões e colaborar com apontamentos para o desenvolvimento de pesquisas futuras.

Para ilustrar os achados, a pesquisadora optou por apresentar trechos dos relatos das entrevistas. Todas as menções estão como foram expressas pelos entrevistados para garantir a integridade das falas e são próprias da linguagem oral. As identidades foram omitidas para manter a privacidade das pessoas entrevistadas, sendo identificadas neste trabalho pelo código da pessoa entrevistada acrescida de uma numeração.

4.1. Análise dos resultados: processo empreendedor com tecnologias da informação e comunicação nas periferias da cidade de São Paulo

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 descrito no quadro abaixo.

Quadro 10: Marcos e eventos relacionados referentes às fases/caminhos percorridos por empreendedores da periferia para estruturação de seus empreendimentos encontrados nas entrevistas

Marcos	Eventos Relacionados	Referencial Teórico
1. Contato Inicial com o empreendedorismo	1.1 Empreender como forma de trabalho;	Rae (2017)
	1.2 Percepção do que é ter o próprio negócio.	Não mencionado pelos autores
2. Acesso ao Ensino Superior	2.1 Acesso a novos conhecimentos, saberes e formas de fazer;	GEM (2017)
	2.2 Possibilidades de futuro.	(Benneworth, 2004).
3. Entrada no mercado de trabalho	3.1 Quem eu sou versus Quem que o mercado espera que eu seja;	D'Andrea (2020)
4. Escolha do empreendedorismo como forma de vida	4.1 Valores pessoais como guia para construção de uma empresa;	Imas, Wilson e Weston (2012)
	4.2 Desejo pela autonomia;	Não mencionado pelos autores
	4.3 Idealização da mudança.	Fisher (2012) e Sarasvathy (2001, 2006)
5. Enfrentando os desafios do crescimento	5.1 O que quero fazer versus o que o sistema espera que eu faça;	D'Andrea (2020)
	5.2 Dificuldades de adaptação;	
	5.3 Desenvolvimento interrompido.	

Fonte: Elaborado pela autora

O primeiro marco, denominado aqui como “Contato Inicial com o Empreendedorismo”, abrange as citações referentes ao primeiro contato que tiveram 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.

Minha mãe ela ela tinha uma escola quando eu era criança ela teve uma escola com bastante tempo e meu pai ele tinha sua própria serralheria e tudo mais. E depois disso o que aconteceu foi que eles acabaram... Minha mãe acabou fechando a escola dela porque ela não estava bem de saúde e acabou sofrendo um derrame então meu pai falou assim "bem, não dá pra você continuar assim precisa cuidar de você." Então eles decidiram fechar a empresa da minha mãe e aí meu pai também fechou a serralheria e falou assim "ok, vamos começar algo que não vai nos dar muito estresse" então é que eles abriram uma mini Panificadora então... sim uma panificadora (risos). E foi assim... Acho que muito do que eu entendo sobre o que é o empreendedorismo principalmente o empreendedorismo periférico tem muito do que eu aprendi com meus pais porque eu cresci nesse meio, né? (ENTREVISTADA 02)

Eu tenho alguns tios, mas eu não tenho tanto contato, que montaram seus próprios negócios. (Entrevistado 05)

Meu pai foi o primeiro empreendedor. Ele teve duas... não, ele teve várias empresas, sei lá, mas que eu me lembro (risos) ele teve três empresas. Uma ligada a automóveis, então ele comprava carros do.... nem sei de onde, reformava e revendia. Do comércio exterior, que era despachante, ele sempre foi despachante, e aí ele conseguiu.... na verdade ele teve duas empresas dentro desse formato que também faliram, assim. (ENTREVISTADA 06)

Meu pai é um grande empreendedor. Meu pai sempre foi um grande empreendedor nesse sentido. Ele é uma pessoa que... ele é um borracheiro, mas que tem um sítio que ele aluga para fazer festa porque aí ele faz festas, sempre fez festas. Essa parte de produção veio dele, com certeza. Sempre fez festas das coisas que ele gostava, ele cobrava ingresso... então meu pai sempre foi um grande empreendedor. A família do meu pai inteira é empreendedora. Ninguém trabalha para ninguém. Todos eles são empreendedores e eu puxei para eles inclusive. Minha tia é cabeleireira, meu tio é... tem um pátio de... como uma chama aqueles pátio fiscalização... de guincho na rodovia... Então todos eles são empreendedores, nenhum deles tem patrão, assim. E eu fui criada nesse ambiente por parte de pai. (ENTREVISTADA 07)

A minha família inteira é empreendedora (...) minha vó tinha uma barraca na feira, eh o meu tio ele vendia, meu tio ele vendia, eh... coisas de na época de Natal, cartão de Natal, umas paradinhas também lá no Brás (...) o meu avô, ele sempre teve bar (...) A minha mãe fez uma parceria lá, pegou esse espaço e montou uma papelaria, bem bacana que é do lado da escola (...) o meu avô ele foi o foda da rua de ajudar todos os pais desses caras a construir as suas casas lá, né? E depois ele trabalhou um tempão com com essa parada de tirar entulho. Então ele teve, ele chegou a ter caminhões era ele, o meu tio, o irmão do meu pai, meu pai nessa época trabalhava no Correio e aí quando meu pai saiu do Correio comprou o terceiro caminhão deles. (ENTREVISTADA 08)

Minha mãe acredita eu que sempre fui empreendedora porque ela tinha oficina de costura aqui, então minha mãe tinha quinze, dezesseis, dezoito máquina de costura aqui e sempre agregou é trabalhadores do próprio bairro. A mulherada que trabalhava com a minha mãe era uns vizinhos, né? Nunca foram registrado, lógico por causa dessa burocracia, só que ganhava um salário até razoável, seu salário era quinhentos, a pessoa ganhava oitocentos, ganhava mil, ganhava mais do que se tivesse trabalhando numa empresa. (ENTREVISTADA 09)

É possível perceber que esse contato inicial se dá pela busca de recursos e participação econômica de pessoas próximas às entrevistadas, como afirma Rae (2017) - situação esta que, posteriormente, vai se repetir com as pessoas entrevistadas.

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, passa a ser 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.

Meu pai trabalhou por conta própria, mas eram em intervalos sem trabalho CLT, de pedreiro, ajudante, etc. (ENTREVISTADA 01)

Acho que muito do que eu entendo sobre o que é o empreendedorismo principalmente o empreendedorismo periférico tem muito do que eu aprendi com meus pais porque eu cresci nesse meio, né? (...) eu via os meus pais sempre fazendo um balanço mensal de... do dia no balanço do dia e o balanço mensal de como tinha sido o avanço do empreendimento deles e era minha parte favorita porque eu falava assim ‘nossa, que legal! A gente está ficando rico’, tipo, só que não (risos) Mas é legal porque desde criança eles me ensinaram a, tipo, como controlar as finanças e como eu podia utilizar daquele recurso para conseguir atingir os objetivos. (ENTREVISTADA 02)

Por que o empreendedorismo, né? Nesse contexto da minha família, do meu pai ele veio da necessidade, que ou você empreendia ou você continuava capinando horta para os outros, que é minha cidade é sobre isso. Panhá café, panhá cana... então ou você empreende ou você trabalha em trabalhos super explorados e pouco remunerados. (ENTREVISTADA 07)

O segundo marco, “Acesso ao Ensino Superior” indica a entrada das pessoas entrevistadas no ensino superior, sendo 5 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 perspectivas ou “Possibilidades de futuro”:

(...) e foi aí que a gente foi cursar na Fatec Ipiranga que inclusive o Marcos tem a mesma formação que eu. E foi lá que surgiu acho que basicamente tudo o que eu sei hoje sobre programação (risos) coisas básicas porque os avançados estão em negócio, a faculdade não vai ensinar tudo, mas a nossa base principal foi ali dentro da Fatec Ipiranga que a gente teve como formação (...) na mesma época que eu tava fazendo faculdade. Eu não sabia programar para jogos então basicamente na faculdade não tinha essa grade, né, porque isso é um outro curso específico que se chama de desenvolvimento de jogos, e o meu curso é mais voltado pra software em si não tinha nada a ver com isso. Então, o que acabou acontecendo foi que eu me submeti para uma bolsa de estudo para uma plataforma do Coursera e aí nessa nessa plataforma tinha várias universidades e uma das universidades que eu tinha escolhido para cursar um curso curto em curto prazo para aprender a desenvolver games foi pela Universidade de Michigan. E aí eu consegui a bolsa de estudos e fiz o curso ali. (ENTREVISTADA 02)

Ao longo da minha caminhada, na universidade, percebi que não queria ser proletariado, não queria servir a alguém. (ENTREVISTADA 06)

Passei no cursinho, ganhei uma bolsa, fiz, passei na universidade pública, que já era o meu sonho, e é um ponto importante que meu avô era pedreiro. Então ele fez esse trânsito de São Paulo - Minas muito tempo porque ele construiu a USP, então estar na USP pra mim foi um sonho familiar, porque meu vô construiu aquilo, mas eu não vi ninguém da minha família estudando ali mesmo... Ninguém tinha entrado na maior universidade do Brasil e aí eu entrei e foi um sonho realizado nesse sentido. E nesse caminho da vida das políticas públicas eu estava um pouco perdida: eu não sabia o que fazer da vida porque é uma área muito abrangente. Eu não queria política educacional, não queria política segurança nem política de saúde... eu falei aqui que eu vou fazer? nem habitação.. mas que eu vou fazer porque essas são políticas geracionais demandam tempo para modificar as estruturas... como é que eu faço? E aí caí na área da política cultural, comecei a trabalhar na Secretaria Municipal de Cultura. (ENTREVISTADA 07)

Eu fiz Comunicação digital. (...) Esse curso é o seguinte, é uma extensão de telecomunicações. Porque eu queria, eu queria, eu queria muito ir pra telecomunicações, né? Só que Telecom não tinha não tinha graduação normal era só Engenharia e aí é a Oswaldo Cruz na época abriu essa graduação, né? Que era Telecomunicações, mas englobava também redes. E aí, puta, falei cara, é isso! Então juntou duas coisas que eu gosto pra caramba, né? Que é a parte de telecom e redes também e foi quando eu fui eu fiz esse curso lá muito bacana e que não tem a ver diretamente com comunicação digital de hoje, né? Porque é... é outra pegada. Mas isso não quer dizer que não tenha muito, é... Não não esteja muita coisa do que eu aprendi lá, cara, está sendo muita coisa aplicada hoje, né? Em relação à internet, a forma de se comunicar e tal (...) (ENTREVISTADA 08)

A entrada no ensino superior aparece nas entrevistas 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 veem e estão inseridas em 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).

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 de “Quem eu sou *versus* Quem o mercado espera que eu seja” pois tal mercado rejeita determinadas características físicas e também confronta valores que essas pessoas têm.

Eu bati em várias empresas, fiz entrevista, passava só que sempre quando chegava no tipo "você passou mas você precisa mudar algo"... Sempre dava um desânimo e eu acabava me recusando porque nessa época que aconteceu isso quando eu estava em transição capilar e já estava sendo um momento muito difícil então saber que por eu estar sendo o que eu era as empresas não queriam me aceitar. Foi aí que eu entendi que não dava mais para continuar, sabe? Eu estava me forçando a estar em alguns espaços que eu não era bem vinda e eu não queria, tipo, ter que ser bem vinda tendo que mudar o que eu sou. (ENTREVISTADA 02)

Eu vou servir a população através da minha função dentro do Estado no serviço público. Porque aí eu não estou... eu não tenho um patrão, vamos se dizer assim, que vai mandar, eu vou ter autonomia e tenho a possibilidade de fazer o que eu gosto é de trocar, pensar no social, pensar nas relações próximas humanas. E nesse ponto eu entrei como concursada no governo do Estado de São Paulo. E dali eu comecei a entrar com alguns conflitos internos relacionados aos materiais didáticos... com a própria valorização dos professores... Como que eu poderia de alguma forma movimentar aquele... aquela estrutura que é tão rígida, que muitas vezes a gente pensa como uma prisão, como um lugar que não agrega, que não... não tem vida. (ENTREVISTADA 06)

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 ajudá-la a ser absorvida pelo mercado em funções para as quais possuía qualificação para atuar.

(...) e em um determinado momento eu fiquei desempregada (...) E eu, uma pessoa qualificada, com universidade, com acesso e tudo mais...(...) Aí eu comecei a buscar emprego nas redes sociais e eu sempre fui correria, então qualquer trampo eu queria pegar porque eu sabia que eu desenrolava... precisava sustentar minha vida em São Paulo. (ENTREVISTADA 07)

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 espaço, a percepção de que tais espaços 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.

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 de gerar 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”.

Mano, eu sou de esquerda, eu sou contra o Capital, como eu posso ser empreendedora explorando as pessoas? Tinha esse lugar porque eu sou formada em Ciências Sociais. Eu vou explorar a mão de obra de outras pessoas, então não faz sentido eu ser empreendedora. E aí eu entendi que não é isso. Empreendedorismo pode ter vários formatos que não necessariamente você tem que explorar a mão de obra do outro. E pode ser uma relação humana. (ENTREVISTADA 06)

Mas, no modo geral, só [temos] essas três pessoas fixas até o momento porque a gente está esperando um espaço que a gente consiga estar mais estruturado... desculpa mais estruturado possível para contratar outras pessoas e aí sim pagar salários mais justos e não o que a indústria acha que a gente tem que ganhar. O tipo um salário mínimo muitas vezes ou dois que não condiz com especialistas que estudaram para isso. E eu acho que isso é mais complicado de descer essas decisões, falar [sobre] contrato [com] uma pessoa com a mão de obra barata porque eu realmente preciso dela ou espero mais um pouco e tenha... tenha o dinheiro que é o justo pra pagar esse profissional, né? (ENTREVISTADA 02)

Então a gente olhava assim e falava, não, este menino depende de mim e a filha dele depende de mim. Porque se ele fica sem emprego, ela não come. Então essa menina é minha filha de tabela... (ENTREVISTADA 01)

E eu, por outro lado, por entender muito das dificuldades do motorista, eu quero realmente fazer a diferença, sabe? Como um dos sócios aqui dessa plataforma de mobilidade: eu quero... É lógico que eu não vou resolver o problema da mobilidade e nem resolver o problema dos aplicativos. Mas eu quero sim fazer a diferença, eu quero dar umas condições melhores de vida para o motorista. Inclusive parcerias aqui na região, onde que eu tô tendo oportunidade de ter um desconto pro motorista, que é posto de gasolina, pra lavar o carro, e trocar escapamento e freio, disco, funilaria, pintura. Desde um corte de cabelo aqui, sabe? Assim, eu corro atrás de tudo, olha. Eu vou ter um nicho de carro. Então, se você me propor aqui que vai dar desconto aos meus motorista, eu vou por o endereço na plataforma e eles vão procurar, mas eu só vou procurar pra quem realmente dá um desconto. E não aquele desconto também irrisório que que de um lugar pro outro você não vê quase a diferença né? Porque aí também é que nem eu falo: que vantagem é essa né? Então eu eu vou exigir muito, olha eu quero eu vou exigir muito, porque a gente vai ter um nicho grande de carro aqui. Eu quero eu quero uma vantagem real, o meu motorista falar, vale a pena os desconto que você está oferecendo pra nós motorista. (...) às vezes a gente copia um um projeto, aprimora e dar melhores condições de trabalho, né? Por eu ser da periferia, saber das dificuldades, é lógico que nós temos nossas ambições e queremos crescer com certeza, mas assim, sem ser soberbo, né? Sem querer se subestimar, sem pisar em ninguém, sem massacrar ninguém e dar os devidos valores. (ENTREVISTADA 09)

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 rompimento 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 de empresa propriamente dito, é possível perceber que não há um planejamento prévio por parte desses empreendedores para começar suas empresas. 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, passam a procurar formas de executar essa visão, criando um caminho entre a realidade que vivem hoje com 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”

(...) e a gente começou a entender o quanto muitas vezes a gente deixava de jogar alguns jogos porque estava nos incomodando com a narrativa que era apresentada pela indústria quando falava sobre pessoas negras. Então, foi aí que a gente começou com algumas pesquisas aqui pesquisa ali e a gente tirou do papel o que vamos fazer um estúdio focado em narrativas afro-brasileiras. (ENTREVISTADA 02)

E eu saí de um emprego, esse meu sócio também saiu, ele era consultor de marketing na época, eu trabalhava na área da cobrança e... a gente falou, pô, Passei cinco, seis anos de mercado, saí muito estressado, falei quero descansar, terminei a faculdade, vou tirar aqui uns seis meses, um ano sabático, ele falou a mesma coisa. (...) Acho que foi dentro de uma conversa, dentro de uma igreja católica aqui na comunidade que eu frequentava na época, que o João Luiz também frequenta e estava lá um monte de gente falando sobre déficit de negócios... eu estava muito com a cabeça em criar algo não em montar um uma agência, eu e esse meu sócio, e no meio da conversa acho que tinha no máximo uns oito empreendedores... o pessoal, ah, mas de internet, internet, internet.... E eu e o meu sócio entendia do mundo de internet a gente falou não aqui já tem um problema que talvez a gente possa atacar. Vamos começar por aqui? (ENTREVISTADA 05)

Minha sócia mesmo costuma dizer que ela num se vê mais em voltar pro mercado de trabalho depois que ela vê esse lado do empreendedorismo, dos editais, de reunião... (ENTREVISTADA 09)

E “Idealização da mudança”, em que são capazes de imaginar um futuro em que o problema encontrado não existe mais e como seria este futuro

(...) a gente queria que as pessoas entendessem que era possível na indústria brasileira de jogos as pessoas contarem a sua própria história. Independente se vai ser sobre você, sobre seu vizinho, sobre qualquer pessoa da comunidade negra, mas deve contar de alguma forma do seu jeito e colocar sua marca porque a gente sempre comenta que, tipo, a gente pode ter diversos problemas em representar o que é a nossa árvore genealógica ao longo do tempo. Porém, a gente precisa documentar o que o que a gente tem hoje. Então essa é uma forma que a gente encontrou para documentar o que a gente tinha hoje enquanto comunidade negra no Brasil. (ENTREVISTADA 02)

"E aí eu tive uma ideia de começar a hackear essas estruturas para incluir pessoas pretas (...). Inclusive a gente quer mudar a cultura empresarial das pessoas, o modo como elas se relacionam internamente nos espaços de trabalho para que elas sejam e tenham uma visão de equidade na prática. Então, que elas saibam se comportar de uma forma diversificada entre suas relações interpessoais um espaço de trabalho. (ENTREVISTADA 07)

Então como é que a gente consegue de alguma forma combater o racismo? Consegue combater o racismo através da educação. Então da educação a gente vai criar mecanismos para a gente chegar até as crianças e fortalecer essas crianças de alguma forma para que elas sejam adultos mais... não diria empoderados, mas com uma consciência racial, entendendo seu lugar dentro desse espaço que é hostil muitas vezes, de se amar, de se entender e assim por diante. (ENTREVISTADA 06)

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, as pessoas entrevistadas estão construindo empresas baseadas em comunidade e solidariedade, pensamento inovador alternativo, a criação de 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.

Como é que esses caras hoje poderiam entrar pra dentro de um mundo digital com o que com que faça com que eles consigam distribuir os produtos dele, sem que eles estejam dentro desses eventos porque os eventos não acontecem todos os dias. É lá no final de semana... é... sei lá num dia específico, mas acabou o evento acabou a oportunidade de venda. Como é que a gente faz isso? (ENTREVISTADA 08)

Em seguida, o 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”:

Foi muito difícil porque ele é um projeto da minha vida e é um projeto e falo da minha vida e da minha ideologia. Eu sou militante, então, tipo também vou ter que entender que eu poderia receber por isso. Para mim era uma questão... Eu sou uma idealista. Vou morrer pela luta. Tem essa coisa então entender que eu receber uma grana por conta disso foi um processo porque ele existe desde 2017 e eu nunca tinha recebido nada por isso... (ENTREVISTADA 07)

Mas tudo no final ficava muito a cara deles e não ficava a minha cara, a cara do meu sócio e ele falou, não, pô, a gente quer trabalhar de outro jeito, é outra linguagem, é outra comunicação, é outra forma de fazer. E como eu falei depois de acertar tudo isso foi quando o negócio começou a fluir, é... de verdade os resultados começaram a aparecer e a gente pôde colocar a nossa mente estratégica pra funcionar dentro desses negócios que a gente atende, com as necessidades que eles precisam. Com as particularidades que os negócios de periferia tem e que às vezes o grande tem também... (ENTREVISTADA 05)

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 de si 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 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.

A gente conseguiu desenvolver projetos com outras empresas para conseguir fazer caixa. Então a gente fez um período de um ano, acho que foi isso, num período de um ano a gente foi fazendo vários tipos de projetos, desde projetos em VR, né? de realidade aumentada que era o que até então era o serviço que dava mais dinheiro para a empresa e também a gente começou a dar palestras e fazer outros tipos de projeto que contemplava (...) então foi um processo assim, digamos, que no momento... até aquele momento um pouco caótico porque a gente precisava dar conta de várias demandas até entender o que podíamos fazer dentro da indústria para ser reconhecida. (ENTREVISTADA 02)

(...) a gente foi ramificado para serviços, não produtos, mas serviços a partir do aplicativo. Então o aplicativo foi o ponto inicial para falar: 'Ó, podemos ir para outros lugares'. Então onde que é o lugar que tem dinheiro? Onde que a gente pode vender? Bem isso: 'onde que tem dinheiro? onde a gente pode vender?' (ENTREVISTADA 06)

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:

(...) a gente acabou decidindo interromper temporariamente até então o desenvolvimento do jogo em si. Principalmente porque a gente não tinha verba para arcar com os custos que precisariam para ser desenvolvido o jogo. (ENTREVISTADA 02)

O nosso ia parar também, o nosso projeto ia ser engavetado, porque nós não temos condições financeiras de de tá financiando uma uma plataforma de tecnologia de mobilidade que é cara. (ENTREVISTADA 09)

A gente nunca precisou de dinheiro. A gente está precisando de dinheiro agora para estruturar essa startup, para principalmente terminar de fazer essa plataforma online que é um custo tecnológico, uma expertise tecnológica que nós não temos. Porque a gente até então usa a plataforma das redes sociais, mas as redes sociais podem acabar. Então a gente, hoje nesse momento, a gente está em busca de viabilizar a plataforma que já está quase pronta. (ENTREVISTADA 07)

é... a gente passou ainda um tempo meio ruim das pernas, ruim, ruim, ruim das pernas. Tendo que tirar dinheiro do bolso pra segurar. (ENTREVISTADA 08)

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 dos entrevistados pela dificuldade de conseguirem fazer o negócio se desenvolver e crescer de forma consistente. Ao mesmo tempo, também 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.

4.2. Facilitadores para a consolidação de negócios de base tecnológica nas periferias da cidade de São Paulo

Ao analisar os dados coletados em busca dos eventos que poderiam ter facilitado a trajetória das pessoas entrevistadas, chegou-se a 6 (seis) eventos, demonstrados no quadro abaixo:

Quadro 11 - Eventos facilitadores para a consolidação de negócios com tecnologia da informação e comunicação nas periferias da cidade de São Paulo

Evento Facilitador	Referencial teórico
1. Referências positivas	Cooper (1994)
2. Proximidade do público e problema	Gartner (1985), Bruyat e Julien (2000), Sarasvathy (2001, 2006) e Shane (2003)
3. Apoio dos pais ou pessoas próximas	Sarasvathy (2001, 2006)
4. Programas de apoio	Cooper (1994), Sarasvathy (2001, 2006)
5. Acesso ao capital financeiro	Cooper (1994) Gartner (1985) e Shane (2003)
6. Mentorias com pessoas especialistas	Hay e Ross (1989), (ALDRICH <i>et al.</i> , 1987) e Cooper (1994)

Fonte: Elaborado pela autora

O primeiro evento identificado nas entrevistas como facilitador do processo empreendedor é denominado "Referências positivas". As pessoas entrevistadas relatam que não haviam pensado no empreendedorismo como primeira opção de carreira, mas as referências positivas que tiveram em suas famílias as ajudaram a, ainda que como última escolha, seguir o empreendedorismo como carreira. Este evento também dialoga com o evento "Percepção do que é ter o próprio negócio" elencado no marco "Contato inicial com o empreendedorismo" das especificidades do processo empreendedor do público-alvo deste estudo.

Então, eu tive essa referência, que é uma das grandes referências da minha vida, principalmente nesse aspecto da "seviologia" do empreendedorismo periférico. Meu pai é um exemplo vivo disso. (ENTREVISTADA 07).

A minha família inteira é empreendedora. Inteira, inteira, porque depois d'eu começar, né? Como empreendedor, eu fui olhar... falei 'caralho todo mundo teve seus paranauê' sabe? E aí eu te digo mais aí eu fui buscar mais pra trás eu lembro d'eu fazer parte dessas paradas aí. (ENTREVISTADA 08)

Os relatos nos mostram o quanto os pais tiveram influência no aprendizado das pessoas entrevistadas, a respeito do que é empreender e de como administrar uma empresa.

Acho que muito do que eu entendo sobre o que é o empreendedorismo principalmente o empreendedorismo periférico tem muito do que eu aprendi com meus pais porque eu cresci nesse meio, né? (ENTREVISTADA 02)

De acordo com Cooper (1994), o conhecimento em administração e gestão de negócios é um dos recursos centrais de uma empresa nascente. Segundo esse autor, tal conhecimento pode ser adquirido por meio de pais que possuíam uma empresa, ou pela experiência profissional ou experiência anterior em funções de gestão. Esse conhecimento também pode ser acessado por meio de consultores profissionais ou parceiros.

Porém, também é possível notar que o empreendedorismo com que as entrevistadas tiveram contato ainda estava baseado na necessidade de sustento da família e na ausência de oportunidades de trabalho formal viáveis, conforme mencionado por Rae (2017).

Porque o empreendedorismo né. Nesse contexto da minha família do meu pai ele veio da necessidade, que ou você empreendia ou você continuava capinando horta para os outros, que é minha cidade é sobre isso. Panhá café, panhá cana... então ou você empreende ou você trabalha em trabalhos super explorados e pouco remunerados. (...) Então ele é um grande exemplo para mim nesse aspecto e sempre viveu não muito bem, mas viveu, pagou as contas, criou a gente né. (ENTREVISTADA 07)

É importante observar este ponto, pois as pessoas entrevistadas, quando decidem seguir o caminho de empreender, seguem para modelos que utilizam TICs e com oportunidades de inclusão de si mesmo como força produtiva e também como forma de prover acessos para grupos não contemplados nas áreas em que estão atuando.

A gente começou a entender o quanto muitas vezes a gente deixava de jogar alguns jogos porque estava nos incomodando com a narrativa que era apresentada pela indústria quando falava sobre pessoas negras. Então foi aí que a gente começou com algumas pesquisas aqui, pesquisa ali e a gente tirou do papel o que vamos fazer um estúdio focado em narrativas afro-brasileiras. (ENTREVISTADA 02)

Já o segundo evento é a "Proximidade com o público e problema". Nesse evento, os entrevistados contam o que despertou interesse em criar uma solução e, por consequência, uma empresa. Os relatos mostram que essas pessoas entendem não apenas o problema, mas também suas implicações na vida de quem precisa lidar com ele. São problemas que já existem previamente no cotidiano das pessoas entrevistadas e, em dado momento, elas decidem olhar mais a fundo e procurar entender se outras pessoas também possuem tal problema e se estão fazendo algo

para resolvê-lo. Ao perceber que nada está sendo feito, elas decidem por si mesmas criar uma solução para a dificuldade identificada.

A gente começou a entender o quanto muitas vezes a gente deixava de jogar alguns jogos porque estava nos incomodando com a narrativa que era apresentada pela indústria quando falava sobre pessoas negras. (ENTREVISTADA 02)

Acho que foi dentro de uma conversa, dentro de uma igreja católica aqui na comunidade que eu frequentava na época, que o João Luiz também frequenta e estava lá um monte de gente falando sobre déficit de negócios eu estava muito com a cabeça em criar algo não em montar um uma agência, eu e esse meu sócio, e no meio da conversa acho que tinha no máximo uns oito empreendedores o pessoal ah mas de internet, internet, internet... E eu e o meu sócio entendia do mundo de internet a gente falou: não, aqui já tem um problema que talvez a gente possa atacar. Vamos começar por aqui? (ENTREVISTADA 05)

Então como é que a gente consegue de alguma forma combater o racismo? Consegue combater o racismo através da educação. Então da educação a gente vai criar mecanismos para a gente chegar até as crianças e fortalecer essas crianças de alguma forma para que elas sejam adultos mais... não diria empoderados, mas com uma consciência racial, entendendo seu lugar dentro desse espaço que é hostil muitas vezes, de se amar, de se entender e assim por diante. (ENTREVISTADA 06)

(...) ele [o negócio] veio de uma necessidade pessoal de encontrar possibilidades de emprego. E eu uma pessoa qualificada, com universidade, com acesso e tudo mais... uma exceção, obviamente; eu não me coloco como um privilégio porque não somos, nós somos a exceção. E aí comecei a mandar mensagens e e-mails para os meus amigos pretos também. E aí eu sempre falava com a galera e a galera falava 'poxa, eu também estou sem trabalho'. Isso em 2017. 'Poxa, mas eu também tô sem trampo, também tô atrás' e eu comecei a perceber que tem um leque muito grande de pessoas que eu falava e que também traziam esse mesmo ponto 'também estou sem trabalho'. Todas elas racializadas. (ENTREVISTADA 07)

(...) eu sempre fiz bico de motorista foi o que eu mais ah... eu amo fazer na vida então eu adoro dirigir! (...) E eu, por outro lado, por entender muito das dificuldades do motorista eu quero realmente fazer a diferença, sabe? (ENTREVISTADA 09)

Gartner (1985), Bruyat e Julien (2000), Sarasvathy (2001, 2006) e Shane (2003) apontam a importância do ambiente no processo empreendedor. As desigualdades e o cenário de exclusão e dificuldade são vistos como oportunidades de empreender e de imprimir seus valores e visão de mundo em uma empresa, no entanto, só se concretizam por meio do conhecimento específico que as entrevistadas têm, tanto do conhecimento em profundidade do problema quanto por acreditarem ter em mãos o conhecimento necessário para criar uma solução efetiva para o problema em questão. Sarasvathy (2001, 2006) chama este fenômeno de representação da imaginação, pois os empreendedores não apenas reagem às

informações do ambiente, mas passam a visualizar o mesmo ambiente em uma nova realidade, o que conduz o empreendedor a trabalhar na concretização desta visão.

O terceiro evento, denominado "Apoio dos pais ou pessoas próximas" é relatado após os entrevistados perceberem que podem e querem solucionar o problema identificado. Isso porque o primeiro passo para elas foi buscar apoio em sua rede próxima para conseguir executar a visão de solução que elas imaginaram para o problema.

Eles marcaram visita técnica, visitaram a gente. E aí a gente chamou os amigos, pra fazer um coro, né? Pra falar, temos uma equipe e tal... Muitos amigos foram, foi muito legal. Mas a nossa equipe era eu, Gabriel e o Douglas, né? como ainda somos, né? Mas naquela época era importante a gente falar que tinha uma equipe. Porque eles queriam, no meio do processo, essa empresa queria que a gente fizesse 2 sites, né? Um pra uma empresa e outro pra outra. Um de segmento de grama, outro de segmento de pisos laminados e tal... e eles queriam uma equipe para cada projeto. Ainda não tinha aquela cultura de [argumentar]: olha, eu posso terceirizar, chamar uns amigos que são PJ. Num tinha isso em 2010, 2009, isso não existia, né? Você tinha que mostrar a solidez. E aí o pessoal que a gente estava num sobrado, né? A gente alugou uma das salas de um sobrado. Todos os outros falaram, hoje somos todos time Weba. No dia dessa visita técnica, a gente teve até o pessoal servindo café. Todo mundo era time Weba e tal tal tal... (ENTREVISTADA 01)

A minha mãe me falou uma frase que eu acho sensacional. Até hoje eu brinco com ela. Ela falou assim: oh. 'É seu sonho?' Eu falei: 'É'. Ela falou assim: oh, 'de fome você não vai morrer, tá? Você tem casa, vai na fé que eu tô aqui.' E ela acompanhando todo o meu processo, 2 anos tocando negócio, sem salário, às vezes bravo, às vezes contente, ela acompanhou todo o processo, meu pai um pouquinho mais aflito, porque lógico, né? Quer ver uma coisa mais estruturada, mas sempre me apoiou, 'você vai fazer isso?' 'Vou'. 'Ah, então vai, faça seu melhor, se der errado, a gente tá aqui, se der certo, a gente tá aqui também'. Então, nesse sentido, assim, eu falo que eu tive muita sorte. O meu sócio, por exemplo, ele teve, mas o pessoal sempre ficava com muito receio de não dar certo. 'Você é um cara muito inteligente, se for pro mercado você consegue um salário legal'... tal que não sei o quê... ele ouvia muito! Mas no meu sentido, eu acho que eu fui muito mais sortudo. (ENTREVISTADA 05)

Então, logo no início eu conversei com a minha filha, falei: ó, tô pensando em montar uma cooperativa aqui, né? (...) ela me arrumou um notebook, começamos atender aqui na na garagem de um amigo, né? Meu filho, um amigo, todo mundo começou a gente na rua e atendendo só pelo WhatsApp. (ENTREVISTADA 09)

Sarasvathy (2001, 2006) explica, no conceito de *effectuation*, que os empreendedores que fazem uso desta abordagem buscam construir *networking* ao invés de fazer análises competitivas. O que foi possível notar das ações das pessoas entrevistadas é que, de fato, não foi feita nenhuma análise competitiva ou

de mercado para se iniciar o negócio. Também não foi realizado qualquer tipo de planejamento ou avaliação de riscos e ganhos. Ao invés disso, após perceber a existência do problema e de acreditar possuir as ferramentas para resolvê-los, elas buscam apoio de suas redes próximas.

(...) a gente estava fazendo tudo na base do sentimento, tipo "estou sentindo que isso aqui vai dar certo, vamos fazer" e a gente não tinha muito planejamento estratégico para muitas coisas e não tem jeito, né?. A gente precisa ter um planejamento estratégico para seguir porque senão as coisas vão acabar saindo do nosso controle. Então foi muito importante a gente fazer parte do edital do Vai TEC porque lá a gente conseguiu entender como que a gente podia seguir com a empresa sem, tipo, matar ela em sua essência. (ENTREVISTADA 02)

Esse apoio vem em forma de incentivo e apoio emocional - ainda que por vezes haja, por parte de quem apoia, o receio de que o negócio não prospere. Nas entrevistas, com apenas um dos casos, o apoio veio em forma de recursos materiais que puderam ser empregados na empresa, além do apoio emocional.

O quarto evento facilitador encontrado nas entrevistas é o que chamamos de "Programas de Apoio". Nele, os entrevistados relatam que o acesso a programas foi, por vezes, decisivo para que a empresa sobrevivesse. Isso porque, ao começar a empreender de fato, eles se deparam com desafios para os quais percebem que não possuem as ferramentas e o conhecimento necessário para resolver. Assim, os programas de apoio são grandes aliados no amadurecimento deles como empreendedores e no aumento da eficiência dos negócios.

A gente teve a oportunidade de aceleração e mentoria (...). Tiveram alguns programas que eu entrei, foram pensados exclusivamente, só tinha cabeça pensada para minha empresa. E aí a gente conseguiu evoluir muito. (...) Acho que surgiram oportunidades muito melhores. É... com isso. Mas a gente teve esse tempo de maturação, né? A gente ainda não teve ainda um investimento financeiro, de alguém. Mas, receber investimento de capital intelectual, isso sim. (ENTREVISTADA 01)

E aí foi quando ela participou do Vai TEC com o Denis. Cara, eu acho que é isso, eu vejo eles eh... depois dessa experiência... que se desenvolveram pra caramba com uma visão de processo que eu confesso que eu nunca tinha conversado com eles a respeito disso. Tipo porque não é na natureza deles assim de falar a respeito de processo, de fluxo, de etapas, de análise, de dados, da onde vem, quando vai, quantos teve aqui dentro de um período e o que... nunca! Hoje o Denis fala: 'Mano, por que que você não colocou o tagueamento no banner? Agora não dá pra gente clicar e saber quantos, clica nesse banner aqui'. Ele me cobra essas paradas. Então, até hoje eu vejo que fez um puta sentido essa parada do Vai pra eles. Porque ajudaram eles a se desenvolver a esse ponto, né? (ENTREVISTADA 08)

Nós participamos de três editais, ou no curso no SENAI, né, neguinha? Foi o SENAI, fizemos o curso no SENAI, SEBRAE também de um mês. Então isso aí ajudou muito (...). (ENTREVISTADA 09)

Os programas de apoio aparecem aqui como uma ação capaz de elevar a eficiência dos negócios e amadurecer os empreendedores apoiados. Ao oferecer *networking*, mentorias e conhecimentos ligados à administração e gestão de empresas nascentes, esses programas capacitam seus participantes para organizarem melhor seus negócios e, por consequência, elevá-los a um maior nível de maturidade. Também é a principal forma de acesso ao capital financeiro, o que pode ser um incentivo para que os empreendedores participem.

Até o momento em que entrou no edital do Vai TEC para conseguir de fato estruturar melhor porque até então a gente estava fazendo tudo na base do sentimento, tipo 'estou sentindo que isso aqui vai dar certo, vamo fazer' e a gente não tinha muito planejamento estratégico para muitas coisas e não tem jeito, né? A gente precisa ter um planejamento estratégico para seguir porque senão as coisas vão acabar saindo do nosso controle. Então foi muito importante a gente fazer parte do edital do Vai TEC porque lá a gente conseguiu entender como que a gente podia seguir sem, tipo, matar a empresa em sua essência. (...) esse foi um processo muito importante na nossa trajetória. Porque ao mesmo tempo a gente entendeu o que a gente tava acertando, o que que a gente tava errando. Isso fez muita diferença (...). (ENTREVISTADA 02)

O quinto evento é chamado de "Acesso ao capital financeiro". Relacionado diretamente ao quarto evento, o acesso a recursos financeiros é citado pelos entrevistados como um fator crucial para a sobrevivência do negócio, uma vez que eles dispunham de pouco ou nenhum recurso próprio para manter a operação e investir no crescimento da empresa. O acesso ao capital aparece sempre em conjunto com os programas de apoio, o que nos permite entender que a participação nesses programas se torna uma forma de sobrevivência para o negócio.

Sim, a gente recebeu um investimento do VAI para desenvolver o jogo da área e deu alguns problemas ao longo do processo e agora a gente está conseguindo finalizar. Esse foi o primeiro investimento que a gente recebeu. Aí o segundo foi o do Vai TEC... depois a gente recebeu investimentos da RedBull, e também da Ambev para seguir no projeto. E agora o último foi esse da Humble Bundle. Então é... são longos caminhos de captação de recursos para conseguir fazer funcionar. Digamos que foi e não foi, né? Porque a gente sabia que a gente precisava de aportes financeiros para dar sequência com as atividades então a gente sempre buscou e está ativo nessa busca, de precisamos disso porque está faltando aquilo no estúdio, porque por mais que a gente estivesse por um bom tempo em um caixa pequeno não era um caixa suficiente para desenvolver os jogos por completo principalmente porque desenvolver jogos principalmente dentro do Brasil é muito, muito caro. Sabendo que os nossos equipamentos não são produzidos em ambiente nacional. São equipamentos que são importados então tendo essa importação acaba que você pagando as pessoas vai ser mais caro e principalmente que para contratação de profissionais especialistas também é uma mão de obra que não é barata, né? (ENTREVISTADA 02)

Na verdade a gente chegou em lugares... lugares que, teoricamente, algumas pessoas não chegariam. Então a gente teve a possibilidade de estar na Ambev, ser patrocinado pela Ambev em um momento, ter a Levi's conosco para... para mostrar o nosso trabalho, ter o Vai TEC de alguma forma (...). Então de alguma forma a gente fez o que tinha que ser feito, o que dava para ser feito e conseguimos chegar em lugares que... grande parte não chegou, pensando assim. Mas foi... foi o lugar que a gente conseguiu estar. E é isso foi o que deu para fazer. É válido, mas poderia estar em outro lugar também se tivesse esse apoio, esse olhar anterior, putz, era internacional com certeza. (ENTREVISTADA 06)

Cooper (1994) também aponta que a quantidade de capital financeiro disponível para ser investido na empresa está positivamente associado à sobrevivência dela, pois o financiamento desta empresa é uma parte central do processo empreendedor, assim como também apontam Gartner (1985) e Shane (2003).

Um capital semente de vinte e poucos mil reais na época, né? Que era em dólar, não sei se era. Seis mil dólares. Seis mil dólares na época, uma coisa assim. (...) Aí nós ganhamos esse capital semente pra investir na empresa. Dali me despertou (...). Aí foi quando a gente participou da segunda que foi o Vai TEC. É... que foi formidável também, que foi trinta e poucos mil reais, né? O aporte financeiro também. E depois nós participamos da terceira que foi com a ANIP que é aceleradora de impacto periférico da Zona Sul, né? Juntamente com a FGV e Artemisia também. Então eh... e teve um aporte também, financeiro, de quinze mil reais, alguma coisa assim. (ENTREVISTADA 09)

O sexto e último evento encontrado entre os facilitadores é chamado de "Mentorias com pessoas especialistas". Para além da participação nos programas de apoio em que as pessoas entrevistadas tiveram acesso a conhecimento e capital financeiro para amadurecer sua atuação como empreendedoras e, por

consequência, trazer maior robustez para os seus negócios, elas também citam o acesso às mentorias como uma parte fundamental para o crescimento do negócio.

(...) no final das contas a gente entendeu que se não fosse essas mentorias que a gente tivesse recebido (...) A gente não... talvez não teria conseguido focar tanto nesse momento de jogos como a gente não conseguia no começo que era bastante desestruturado. (ENTREVISTADA 02)

João foi... acho que a primeira empresa a conversar com a gente como empresa e a ajudar a gente a estruturar o projeto inicial foi a dele. Tanto que são parceiros nossos até hoje, eu tenho um carinho imenso por eles, né? Acho que eles têm um papel muito importante no nosso começo e até hoje, né? Em clientes que às vezes chegam pra gente, chegam através deles. (...) Por causa deles também eu conheci um rapaz, né, que depois viraria nosso sócio aqui na agência durante um tempo. (ENTREVISTADA 05)

Foram seis meses de mentoria. Foi formidável! (ENTREVISTADA 09)

É possível perceber que as mentorias exercem diversos papéis para as pessoas entrevistadas e que elas entendem ser cruciais para o amadurecimento do negócio: orientação estratégica para direcionamento na atuação da empresa e conexão com pessoas. Também é possível perceber que esse tipo de orientação é usada para orientar as pessoas entrevistadas quanto ao uso dos recursos que possuem, de forma a levar a empresa a uma atuação mais consistente. Há, porém, um questionamento, por parte das pessoas mentoras, se o caminho escolhido pelas pessoas empreendedoras é de fato o melhor.

(...) outro ponto que eles também e aí eu pego muito muito de verdade uma fala de mentoria, na vez que eu tive, né, que foi lá em Itaquera, é... de que a mentora falava: 'Cara, mas vocês são marca, vocês não são por que que você ainda não virou uma marca? Por que você insiste em ser um marketplace?' Eu falava: 'Porque nosso propósito é ser um marketplace, cara a gente nasceu, né, com esse viés de juntar as pessoas que são os donos dos produtos, né, que tem todo esse esse viés de construção tal de produto e a gente a estratégia aqui do negócio pra fazer a distribuição desse produto.' E aí... beleza, saímos do Vai TEC, né? Continuamos na peleia lá, tentando evoluir com a plataforma. E em um dado momento a gente viu que: 'não é que ela tinha razão? Não é que de tudo, de tudo, de tudo'... eu acho que o melhor foi isso... eu acho que ela tinha razão. 'Vamos ver como que a gente faz esse negócio aí de ser uma marca'. (ENTREVISTADA 08)

Hay e Ross (1989) apontam em sua pesquisa que o acesso a consultores externos é capaz de melhorar o desempenho da empresa. Isso porque a experiência e o conhecimento disponibilizado por consultores profissionais permitem que dados específicos sobre a empresa sejam acessados, o que auxilia na identificação de pontos cegos por parte do empreendedor. A busca por informações externas

também pode resultar em um planejamento mais abrangente, um maior grau de eficiência em termos gerenciais, culminando em um empreendimento mais promissor (ALDRICH *et al.*, 1987).

Ele [o mentor] ficava me questionando. E ele falou: ‘Ó, desse formato que vocês estão fazendo não vai dar certo de novo’. Era isso. Ele falou: ‘Você já ganhou uma primeira edição, mas vocês não conseguiram dar continuidade’. Ele falou: ‘Ó, não tem como ser desse jeito... não tem como porque vocês não estão estruturados’. E aí eu ficava muito brava com ele. Fiquei muito brava na época, muito brava mesmo, eu falei: ‘Gente, quem é esse cara que fica falando isso? Ele não sabe da minha história’ sabe? Aí depois de muito estudo sobre empreendedorismo... muito não, né, mas algum estudo, caminhando junto com eles e com outros conteúdos, eu percebi que realmente ele tinha razão. (ENTREVISTADA 06)

4.3. Dificultadores para a consolidação de negócios de base tecnológica nas periferias da cidade de São Paulo

Ao analisar as entrevistas pela ótica do que poderia ter dificultado o processo empreendedor das pessoas entrevistadas, foram encontrados 4 (quatro) eventos, conforme detalhados no quadro abaixo.

Quadro 12 - Eventos dificultadores para a consolidação de negócios com tecnologia da informação e comunicação nas periferias da cidade de São Paulo.

Evento Dificultador	Referencial teórico
1. Mentalidade e Visão de Mundo	Cooper (1994)
2. Acesso ao capital financeiro	Sexton e Robinson (1989)
3. Acesso à educação empreendedora	Imas, Wilson e Weston (2012)
4. Falta de Pertencimento	D’Andrea (2020)

Fonte: Elaborado pela autora

Ao observar os eventos que podem ser considerados como dificultadores do processo empreendedor das pessoas entrevistadas, o primeiro é chamado de “Mentalidade e Visão de Mundo”. Nesse evento, as pessoas entrevistadas relatam

como a forma que elas foram educadas para ver e estar no mundo não as incentivou a ter o empreendedorismo como uma de suas primeiras opções de carreira.

(...) lá na quarta, quinta série, eu falava que eu já ia trabalhar em escritório. Ah, porque eu queria, queria ser gerente, queria trabalhar em escritório. Eu não sei se isso é pensamento na criança, tipo de quarta série, mas eu tinha, né? Mas, eu nunca pensei assim... nunca, tive aquele aquela coisa assim, sabe? Eu, 'ai nossa, meu sonho de vida é empreender!' Não foi assim. (ENTREVISTADA 01)

Nunca pensei na verdade em ter meu próprio negócio. Na verdade eu acho que o que colocam para nós seja na escola, seja na classe social que a gente esteja, é sempre uma questão de você estar no lugar de proletariado e não necessariamente de empreendedor. Então essa... essa movimentação de sempre você tem que ser o proletariado, a pessoa que vai prestar serviço para alguém, nunca foi uma... Nunca... Eu nunca pensei na adolescência, na juventude, vamos dizer assim empreender. Então o máximo que eu pensava era 'vou ser funcionária de uma multinacional' que seria o ponto máximo. Não necessariamente de eu ser a dona de uma multinacional. Então esses 2 lugares são muito distintos e provavelmente isso vai impactar também a construção a médio e longo prazo (...) na escola, a gente não é ensinado a isso, a possibilidade da autonomia. Eu nunca pensei na possibilidade de ser empreendedora. (ENTREVISTADA 06)

Apesar de Cooper (1994) elencar entre os fatores de sucesso para empreendedores o fato de terem tido pais empreendedores, as pessoas entrevistadas apontam uma outra realidade. Ainda que seus pais tenham sido empreendedores, elas não pensaram o empreendedorismo como uma opção de carreira, mas relatam que foram educadas para terem um emprego formal e trabalharem para outras pessoas.

Foi uma decisão, assim, obviamente consciente, mas ao mesmo tempo muito agressiva porque empreender deveria ser uma opção de escolha de falar: ok, quero fazer isso e não a última escolha, sabe? (ENTREVISTADA 02)

O segundo evento dificultador é o "Acesso ao capital financeiro". Este é um evento que também aparece elencado entre os facilitadores e que retrata as conquistas alcançadas pelas pessoas entrevistadas quando o acesso ao capital financeiro acontece. Aqui ele está entre os dificultadores pois, mesmo acessando capital em alguns momentos, os montantes adquiridos se mostraram insuficientes para construir uma base sólida para a empresa.

E aí a gente passou por algumas situações bem complexas assim, né? Bem, bem difíceis de... de ter... teve um um momento que a gente... que a gente fazia assim pra visitar um cliente. Eh... a gente ia lá, carregava os bilhetes, todas as coisas. Então a gente escolhia quem ia. Uma hora ia eu, outra hora ia o Gabriel. Porque os 2 não dava pra ir. Ou então a gente ia no cliente e voltava pra casa, voltava pro escritório, todo aquele momento, fazia as reuniões dinâmicas, né? todo aquele negócio, voltava pro escritório, mas voltava pra casa a pé, né? Porque precisava. Então, teve um momento bem complexo, que a gente sempre falou, pode acontecer tudo. Eu fico sem comer. Mas a gente não deixa de honrar. Pagamento de aluguel de escritório; não deixa de honrar pagamento de fornecedor e pagamento de salário, né? (...) E na periferia é esse momento, né? Você não tem investimentos. A gente não nasce com 1 milhão e meio na cabeça, não nasce com alguém falando assim: olha isso aqui é um investidor, eu procurei a sua empresa para fazer um investimento semente de 500 mil reais. Não, calma aí. São 500 reais que você tem, você põe do seu bolso e vai! E é assim que acontece. (ENTREVISTADA 01)

Mas esse fator de dinheiro de fato, esse fator investimento, ele acaba pesando demais. Principalmente com o nosso serviço. (...) Às vezes quando tô conversando e ele fica com esse receio de... hoje eu tenho alguns contatos de algumas pessoas que poderiam até investir, eu já cheguei a falar sobre isso com ele. Ele falou: “pô, todo mundo que quer investir, vê potencial no negócio, mas quer um absurdo do meu negócio pra colocar qualquer valor em dinheiro, né? e aí a gente fica com esse receio, pô, vamos perder tanto por tão pouco? Já que a gente sabe o quanto vale o nosso negócio se a gente acertar?” (ENTREVISTADA 05)

Eh... teve, teve no bolso cara. Eu graças a Deus eu já trabalhava aqui, né? Estava numa condição eh... razoável, uma condição boa, vai, não posso, não posso reclamar disso também. Mas eu já estava trabalhando aqui, já estava com um cargo razoável aqui também. Eh... e aí eu me programei bastante pra guardar uma graninha, né? Procurei claro as ferramentas mais em conta que eu, né? Podia dentro desse mesmo sendo um contexto bem mais amplo mas aí eu procurei algumas ferramentas que sejam baratas e eu fiz muita coisa. Então eu fui aprender muita coisa pra justamente não ter que pagar, mas tudo que teve que pagar em relação à empresa eu tirei do bolso. Que era a grana que vinha do meu trabalho, né? Trabalho formal que eu tenho. (ENTREVISTADA 08)

Falta dinheiro, falta investimento, faltou oportunidade. (ENTREVISTADA 09)

Sexton e Robinson (1989) afirmam que pode-se esperar que mulheres e empreendedores pertencentes a grupos minorizados e minorias tenham menos oportunidades de desenvolver experiências relevantes, o que resulta em uma menor rede de contatos capaz de oferecer suporte e uma maior dificuldade para acessar recursos quando comparados a outro perfil que não faz parte dos referidos grupos. Os autores também dizem que a consequência disso é que essas empresas geram menos ganhos financeiros e, por isso, se tornam menos interessantes para investidores.

Sem o capital financeiro necessário, esse perfil de empreendedor não consegue estruturar bem a empresa e acaba não conseguindo evoluir, ainda que o

negócio pareça promissor. Isso gera um círculo vicioso em que investidores não investem em negócios fundados por mulheres e empreendedores pertencentes a grupos minorizados e minorias, pois parte da literatura afirma que eles geram menos ganhos financeiros, e esses negócios continuam gerando menos ganhos financeiros por não conseguir acessar investimentos financeiros relevantes vindos desses investidores.

Já o terceiro evento, “Acesso à educação empreendedora” se refere à análise que os entrevistados fazem a respeito de onde estão hoje e o quanto a ausência de um prévio conhecimento sobre educação empreendedora com foco em como estruturar e administrar uma empresa baseada em TICs fez com que o processo empreendedor fosse mais difícil.

Então a gente não tinha... é... não tinha muito acesso, né? Não existia na verdade os programas de aceleração, as oportunidades que as empresas nascentes têm hoje. Isso era inexistente em 2011. Acho que até 2017, 2018, isso não era uma realidade, isso não era uma coisa palpável. Depois de 2017, 2018, que começa a surgir esses programas, aí eu tenho contato com o Vai TEC e descubro um mundo completamente diferente. (ENTREVISTADA 01)

Nós criamos sem saber, depois fomos entender o que a gente tinha criado, né? Hoje a pessoa estuda muito o que que ela vai fazer, o que que ela vai criar, ela já sabe aonde ela tá entrando. Eu costumo dizer que se eu soubesse que eu teria todo esse todo esse enredo eu não sei se eu teria entrado pra mobilidade não, viu? Pra essa tecnologia, que é muito puxado! (ENTREVISTADA 09)

As dificuldades relatadas pelas pessoas entrevistadas perpassam por dois pontos principais: o local de representação de quem é o empreendedor, uma vez que eles não se assemelham com essa lógica e chegam até a desafiá-la, como apontado por Imas, Wilson e Weston (2012); e a falta de conhecimento sobre como empreender um negócio baseado em TICs, já que suas referências próximas são de negócios tradicionais e muitos por necessidade.

Durante o processo ter um acompanhamento mais longo. Eu acho que faltou isso. A expertise, né? Então não sei. Sou professora, o ex-sócio também era professor, na verdade universitário, nem era professor ainda. Não tinha contato nenhum com empreendedorismo, assim, nesse formato... A gente teve praticamente a mesma formação. Esse não é o seu lugar, então, empresário? O que que é isso? Uma pessoa que está pfff... ali, né? Empresário é, sei lá, quem? Justus? Então, eu não estou no lugar do Justus, sabe? Eu não sou empresária também. Então... além de um combate ideológico. Mano, eu sou de esquerda, eu sou contra o Capital, como eu posso ser empreendedora explorando as pessoas? Tinha esse lugar porque eu sou formada em ciências sociais. Eu vou explorar a mão de obra de outras pessoas, então não faz sentido eu ser empreendedora. (ENTREVISTADA 06)

Por fim, o quarto e último evento considerado dificultador é chamado de “Falta de pertencimento”. Ele se refere à dificuldade que esses empreendedores vivenciam ao não se sentirem parte do espaço destinado para empreendedores de negócios em TIC, seja ele físico, de segmento de mercado e, por vezes, até imaginativo a respeito do local que deve ser ocupado por esse empreendedor para que possa ser visto como alguém de sucesso.

(...) foi péssima [quando fomos para] a Faria Lima. Foi bom porque a gente deu esse salto de independência, foi importante pra nossa vida como empresa. Foi muito desafiador, não da questão de trabalho, assim, mas do pertencimento ao local. Foi muito difícil, assim. Foram 2 anos bem ruins porque a Faria Lima... Ela é muito impessoal, a gente descobriu que tinha o modo de vida muito mais próximo às vezes, a gente quer saber, quem é a pessoa do bar, quer conversar, quer se sentir parte daquele ambiente, né? E aí foram 2 anos assim, que você fica torcendo pra acabar logo o contrato que você não vai ficar ali, né? Então... era um lugar quente, um bairro estranho, todo impessoal, as pessoas num estresse, era uma chatice. Era muito ruim, assim, o ritmo da Faria Lima não era um ritmo acolhedor, assim. Um endereço extremamente confiável. Se fala, ‘meu, tá na Faria Lima, no mínimo, né? Esse povo tem uma estrutura pra estar lá’. Não que fosse muito diferente do que você precisa aqui em Interlagos ou em qualquer outro lugar. Porque a sala, aqui a gente tinha até mais conforto. Mas precisava estar num lugar com um peso de nome maior, né? E lá era isso. Era esse momento. Mas, de emocional, foi muito ruim, assim, né? E não trouxe, e financeiramente, né, como negócio, também não fez lá muita diferença. (ENTREVISTADA 01)

(...) ao longo do tempo eu fui entendendo o que que eram esses desafios, mas em um primeiro momento para mim foi muito complicado principalmente porque na indústria de games são poucas mulheres que têm que são donas de estúdios, né. E aí eu me via muito solitária nesse espaço. (ENTREVISTADA 02)

“Um dos clientes que queria ser sócio nosso na época, pô, o cara só era dono da Vestcasa. Aí tinha grandes clientes, tinha muita gente, uma das meninas que trabalha que é do nosso parceiro até hoje, trouxe a Zara pro Brasil, queria atuar com a gente. Mas tudo no final ficava muito a cara deles e não ficava a minha cara, a cara do meu sócio e ele falou “não, pô, a gente quer trabalhar de outro jeito, é outra linguagem, é outra comunicação, é outra forma de fazer”. (ENTREVISTADA 05)

Aqui é possível ver ilustrado o conceito de trajetórias quebradas cunhado por D'Andrea (2020). O atravessamento por empecilhos e obstáculos resulta na solidão neste espaço de empreendedor de um negócio baseado em TICs, sendo as únicas dos seus territórios e a origem racial a ocuparem este espaço que não foi projetado para elas e que não oferece possibilidades reais de integração - o que as incentiva repetidamente a deixar o espaço.

4.4. O processo empreendedor com TICs nas periferias urbanas

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.

Abaixo é apresentado um quadro-resumo com a descrição 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.

Quadro 13 - 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	Famíliares 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
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

Aspecto/Evento	Conceituação	Variáveis/Evidências
Trajetórias 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 pela autora

5. RECOMENDAÇÕES PARA ORGANIZAÇÕES DINAMIZADORAS QUE APOIAM EMPREENDIMENTOS EM TICS NAS PERIFERIAS DA CIDADE DE SÃO PAULO

O último objetivo específico desta pesquisa se refere a propor recomendações para que organizações dinamizadoras possam apoiar de forma efetiva pessoas que empreendem negócios em TICs nas periferias da cidade de São Paulo. Com base no que foi apresentado até aqui, é importante que as organizações dinamizadoras que queiram apoiar negócios em TICs nas periferias da cidade de São Paulo observem os seguintes aspectos:

Recomendação 1: Trabalhar a mentalidade e visão de mundo das pessoas empreendedoras.

Como já apresentado entre os fatores que dificultam o processo deste perfil de pessoa empreendedora, é indispensável oferecer recursos e conteúdos que vão além do apoio ao negócio em si e se estendam para as pessoas que estão à frente deles. Prover conteúdos, materiais, experiências e conversas que possam fazer com que este perfil de pessoa empreendedora enxergue não apenas como força de trabalho e não veja a possibilidade de empreender apenas como uma forma de pagar suas contas é primordial para o sucesso dos seus empreendimentos.

Também é importante levar em consideração, neste processo de mudança de mentalidade e visão de mundo, que é possível para esse perfil de pessoa empreendedora estruturar um negócio que corresponda aos seus valores como indivíduo e que também seja capaz de gerar a mudança que se deseja no ambiente em que está inserido. Esta visão pode, inclusive, vir a se tornar um guia para esse perfil de pessoa empreendedora na hora de decidir os próximos passos do negócios, as conexões que precisa fazer e os recursos financeiros e não financeiros que ela precisa buscar.

Recomendação 2: Referências positivas.

Reconhecendo a escassez de recursos existentes nos territórios de periferia da cidade de São Paulo, é importante prover a esse perfil de pessoa empreendedora exemplos e modelos nos quais ela possa se ver e se inspirar.

Articular conversas com empreendedores mais maduros e que tenham origem no mesmo território e prover experiências de imersão neste perfil de empreendimento são alguns caminhos para mostrar como é possível empreender e

prosperar um negócio em TIC nas periferias de São Paulo. Além disso, atividades como estudos de modelos de negócio, análise de negócios que não conseguiram ter êxito e estratégias utilizadas por outras pessoas empreendedoras para superar desafios impostos pela realidade em que estão inseridos podem, também, contribuir para que esse perfil de pessoa empreendedora desenvolva e encontre caminhos possíveis para que seu negócio prospere.

Recomendação 3: Acesso à educação empreendedora.

Como já apontado pelas entrevistadas, um dos fatores que pode ser a ponte para a prosperidade de negócios em TIC nas periferias da cidade de São Paulo é o acesso a educação empreendedora que seja capaz de prover informações de como estruturar um negócio, fazê-lo prosperar e adquirir recursos para este processo.

Para além de ensinar a teoria do processo empreendedor, os conceitos e significados dos termos, esse perfil de pessoa empreendedora deseja saber como aplicar tudo isso na prática e anseia por ver os resultados surgindo no negócio. Com isso, faz-se necessário adotar uma postura em que não se trata esse perfil de pessoa empreendedora como espectadora, dando-lhe acesso apenas à teoria, mas educação na prática, com uso de metodologias ativas e aprendizagem baseada no próprio negócio que ela está liderando.

Outro ponto importante nesse processo é entender a linguagem do território, que vai além das traduções dos conceitos de empreendedorismo do inglês para o português. É preciso entender os significados atribuídos por esse perfil de pessoa empreendedora às palavras que ela utiliza para se referir aos aspectos do seu empreendimento pois, por vezes, quem ministra o conteúdo pode usar apenas as traduções das palavras do inglês para o português, mas sem apresentar o significado que elas têm para o território, o que por si só já será capaz de causar estranhamento e afastamento das pessoas empreendedoras daquilo que está sendo ensinado.

Por fim, também é indispensável entender que, ainda que os negócios em TIC nas periferias de São Paulo estejam sediados em territórios periféricos e sendo atravessados por dificuldades em comum, eles podem estar em estágios diferentes do processo empreendedor, e isto deve ser levado em consideração na hora de desenvolver soluções de apoio. Nesse sentido, uma possível solução é a educação continuada, que acompanha o estágio de maturidade em que o negócio está com as

ferramentas necessárias para que os desafios do estágio em questão possam ser superados.

Recomendação 4: Construção de redes de apoio.

Empreender negócios em TIC nas periferias da cidade de São Paulo ainda é algo novo, visto que são territórios caracterizados pela escassez de recursos e pelo empreendedorismo por necessidade. São aspectos que tornam o processo empreendedor desse perfil de pessoa por vezes solitário, dificulta o acesso a respostas e pode resultar em um menor grau de amadurecimento do empreendimento ao longo do tempo.

Fazer parte de redes de apoio com outras pessoas empreendedoras com negócios em TIC pode reduzir estes pontos negativos. Estar com outras pessoas com os mesmos objetivos, atravessamentos e dificuldades pode gerar fortalecimento dessas empreendedoras tanto para busca de capital financeiro quanto para apoio emocional, além do compartilhamento de desafios, busca conjunta de soluções e fortalecimento de uma comunidade capaz de apoiar suas integrantes ao longo do processo de desenvolvimento de seus empreendimentos

A esta rede podem ser acrescentadas pessoas gestoras que auxiliam na busca por soluções para os negócios e conexão com agentes externos como possíveis clientes, mentores, especialistas de mercado e mecanismos de acesso a capital financeiro.

Recomendação 5: Prover acesso ao capital financeiro.

Um dos pontos encontrados nas entrevistas como aspecto capaz de facilitar o processo empreendedor é o acesso a recursos financeiros. Porém, empreendedores de negócios em TIC nas periferias de São Paulo encontram dificuldade em acessar capital financeiro em suas redes próximas (família e amigos), diferente de outros perfis de empreendedores. O resultado desta equação é que esse perfil de pessoa empreendedora precisa se dedicar a outras atividades para conseguir renda, dando prioridade a elas e deixando o negócio em segundo plano, sem qualquer previsão de quando será possível se dedicar a ele de forma integral e completa.

A solução que tem sido adotada para essa dificuldade, segundo as entrevistas, é o acesso a capital financeiro por meio de editais de subvenção econômica, destinados a esse perfil de empreendimento, e programas de apoio que oferecem recurso financeiro já na entrada ou no final do programa como premiação aos melhores colocados.

Nesse cenário, programas de apoio tornam-se a principal forma desse perfil de pessoa empreendedora acessar capital para investir no negócio. Oferecer recursos financeiros para os empreendedores, como um dos benefícios do programa, é primordial para que os negócios consigam sobreviver e garantir a eles o tempo necessário para amadurecerem. Outra forma de apoio, ainda neste aspecto, é trabalhar na preparação e organização dos negócios destes empreendedores para acessar capital financeiro de outras fontes.

Também é indispensável levar em consideração a necessidade de capital financeiro para que o próprio empreendedor possa se dedicar ao negócio uma vez que, ele tendo segurança financeira para arcar com suas responsabilidades pessoais e familiares, haverá possibilidade de maior tempo e qualidade de dedicação ao negócio, podendo inclusive ampliar o grau de inovação e taxas de sucesso dos empreendimentos.

Recomendação 6: Mentoria com especialistas que conheçam os atravessamentos desse perfil de pessoa empreendedora.

O acesso a conhecimento sobre como empreender um negócio pode também se dar por meio de pessoas mentoras e especialistas de mercado. Essa é uma forma já citada pelas entrevistadas de como um dos grandes facilitadores de seus processos empreendedores conseguem acessar informações a serem aplicadas, especificamente em seus negócios, na resolução de problemas inerentes a seus modelos e soluções propostas.

Prover o acesso a especialistas de mercado que possam atuar como mentores diretos do negócio ou como pessoas que acompanham o empreendimento por um período mais longo para prover informações, sanar dúvidas e gerar conexões de valor com outros players são algumas formas efetivas de aplicar esta recomendação.

Também é importante que essas especialistas e mentoras sejam pessoas que tenham conhecimento sobre o território e os atravessamentos que esse perfil de pessoa empreendedora tem para que o resultado possa, de fato, ser positivo.

Outro aspecto importante é oferecer orientação específica para negócios em TICs, trazendo informação para além daquela usada para gestão de negócios tradicionais. A título de exemplo podem ser oferecidos conteúdos como desenvolvimento de produto com ferramentas acessíveis, de pouco até mesmo sem código, ciclos de validação de problema, público e solução, gestão de negócios em

tecnologia e ciclo de desenvolvimento de empresas em tecnologia, fornecendo assim repertório necessário não apenas para a sobrevivência mas também desenvolvimento e crescimento da empresa dentro de suas especificidades.

Recomendação 7: Trilhar caminhos para o pertencimento.

Por ser um perfil de pessoa empreendedora que tem outra origem e, por consequência, outros atravessamentos, faz-se necessário a criação de espaços e programas de apoio que consigam abarcar tais realidades. É importante tornar os espaços mais amigáveis, com elementos que remetem à origem e histórias dessas empreendedoras, para abraçar novas histórias ao invés de incentivar este perfil de pessoa empreendedora a se adaptar à norma padrão já instituída.

Outro ponto importante é o apoio à criação de novas narrativas do que é ser uma pessoa que empreende um negócio em TIC, e novas narrativas do que são negócios em TIC para que tanto pessoas que empreendem em TIC nas periferias de São Paulo, quanto os próprios negócios em TIC sediados nas periferias de São Paulo, possam ser contemplados e incentivem o surgimento de outros nestes territórios, desenvolvendo novas definições de sucesso.

Ao mesmo tempo, é crucial que esse perfil de pessoa empreendedora receba suporte ou até mesmo preparação emocional e ferramentas para lidar com esse novo cenário em que estará inserida física e emocionalmente.

6. CONCLUSÕES DA PESQUISA, LIMITAÇÕES E ESTUDOS FUTUROS

Como foi possível notar ao longo desta pesquisa, existem diversos marcos no processo empreendedor (GARTNER, 1985; BRUYAT E JULIEN, 2000; SARASVATHY, 2001, 2006; SHANE, 2003), porém o ambiente em que o empreendedor está inserido e o território em que ele decide iniciar seu negócio podem influenciar diretamente a forma como esse processo se dá. Quando o recorte é feito pensando em periferias de grandes centros urbanos, há elementos que afetam diretamente o empreendimento e o empreendedor à frente do negócio com maior propensão ao comportamento associativo e engajamento cívico (HUDSON, 1999, p. 184), o “ser” e “estar” na periferia como referências que legitimam a fala (TOMMASI, 2018), a criação de sistemas que servem primeiro às pessoas antes do sistema, e o próprio desafiar a noção de *quem é* e do *que é* o empreendedor (IMAS; WILSON; WESTON, 2012).

Ao pesquisar de forma específica as periferias urbanas de São Paulo, foi possível perceber o quanto a maneira como a periferia urbana foi estruturada afetou diretamente a visão dos seus moradores sobre esses territórios, normalizando, por vezes, a tirania da distância em relação às regiões centrais (COPUS; MACLEOD, 2001). Outro fator importante na constituição dos moradores desses territórios foi o trabalho realizado pelos movimentos sociais na década de 1980 e a luta por direitos junto com aspectos culturais, como o *rap*, que trouxe repertório político, cultural e de identidade para os residentes nessas regiões (D’ANDREA, 2013). Todo esse cenário adiciona especificidades que poucos autores contemplam e que dificultam o apoio de forma efetiva a tais empreendedores.

Foram essas especificidades o tema central do presente estudo, cujo objetivo principal foi entender como é o processo empreendedor com tecnologias da informação e comunicação nas periferias de São Paulo e, com isso, decodificar os elementos que proporcionam uma estrutura de apoio adequada ao desenvolvimento e consolidação desse tipo de negócio. Para que tal objetivo pudesse ser alcançado, foram definidos quatro objetivos específicos.

O primeiro deles foi caracterizar periferia e processo empreendedor na periferia. Para tanto, optou-se por uma revisão de literatura que se inicia na década de 1950 com a chegada da indústria automobilística na cidade de São Paulo e

discorre sobre os eventos que culminam nos territórios hoje conhecidos e definidos como periferias da cidade. Também expõe-se as diferenças entre favelas, subúrbios e periferias com o intuito de ampliar o entendimento do território objeto de pesquisa deste estudo.

O segundo objetivo específico foi mapear as fases/caminhos percorridos por empreendedores da periferia para estruturação de seus empreendimentos. A partir da revisão de literatura sobre processo empreendedor, tendo em vista a grande quantidade de estudos sobre o tema, se optou por seguir com quatro autores que, segundo Moroz e Hindle (2012), apresentam modelos capazes de ser distintos, genéricos, precisos e simples, a saber: Gartner (1985), Bruyat e Julien (2000), Sarasvathy (2001, 2006) e Shane (2003), os quais estão detalhados no referencial teórico dessa dissertação. Após essa etapa, foi feita uma segunda revisão de literatura sobre o processo empreendedor com recorte para as periferias. Aqui, os autores encontrados tratam das características do empreendedorismo nas periferias, abordando aspectos como a forma de organização em rede, as formas menos competitivas de empreendedorismo e os sistemas econômicos por eles criados. Por fim, como complemento, foram realizadas entrevistas com 7 (sete) empreendedores residentes nas periferias da cidade de São Paulo que atuam com negócios utilizando TICs, também sediados nesses territórios.

Para a realização dessas entrevistas, optou-se pelo método de história oral, que consiste em técnica de entrevista aberta que permite à pessoa entrevistada relatar os fatos vividos e, enquanto faz o relato, atribuir significado e organização dos fatos ocorridos gerando, assim, marcos, eventos e ações para tal organização (ADAM, 2008). A escolha desse método se deu pela possibilidade de acessar informações sobre as trajetórias empreendedoras das pessoas entrevistadas que não possuíam registro público, como elas fariam a tradução de suas vivências e a correlação entre seus aprendizados e as decisões tomadas (ALBERTI, 2004). Todas as entrevistas foram analisadas com base na análise de conteúdo para compor as categorias mais citadas (BARDIN, 2011) e na análise narrativa (ADAM, 2008) para melhor interpretação dos relatos das entrevistadas.

Conseguiu-se, assim, uma riqueza de detalhes e de significados que outros métodos não seriam capazes de proporcionar. O resultado foram 5 marcos e 11 eventos que compõem o processo empreendedor segundo as entrevistas analisadas.

O primeiro marco trata a respeito do contato inicial com o empreendedorismo, e aconteceu para todas as pessoas entrevistadas ao ver pessoas próximas da família montando suas próprias empresas, ainda que como negócios de subsistência por não conseguirem estar no mercado de trabalho formal, por desejarem ter suas próprias regras de trabalho de forma a atenderem suas necessidades específicas, ou mesmo como forma de complemento de renda para a família. Todos foram empreendimentos simples, baseados em comércio de produtos, como bares, padarias e barracas ambulantes ou venda de serviços como educação. As pessoas entrevistadas relatam ter, na infância, uma visão de grandiosidade em torno desses negócios, principalmente por verem essas pessoas recebendo dinheiro constantemente, ainda que elas não tivessem noção de quanto era o montante, e por adquirirem bens de consumo para a família. Conforme elas cresceram, perceberam que haviam muitas coisas que não funcionavam nos negócios da família, como gestão financeira, gestão de estoque e planejamento para manutenção e crescimento da empresa e, ao mesmo tempo que demonstram um receio de cometer os mesmos erros que seus antecessores, buscam forças nessas pessoas para seguir com seus negócios, revelando a importância do apoio familiar nos seus processos empreendedores.

O acesso ao ensino superior foi um marco indispensável para que as pessoas entrevistadas pudessem passar a empreender em tecnologia. A literatura não fala de forma explícita sobre a importância do acesso ao ensino superior, apesar de mencionar a relevância do acesso aos conhecimentos sobre administração ou gestão, mas nas entrevistas esse marco apresenta dois pesos: o primeiro deles é o de ser a primeira ou uma das primeiras pessoas da família a acessar a universidade rompendo, assim, um teto social e acessando novos conhecimentos e espaços - conhecimentos e espaços esses que sua família antes não tinha tido acesso -, e o segundo de ver esses acessos como possibilidades para um futuro mais próspero do que seus antecessores tiveram e puderam proporcionar a elas.

Essas novas perspectivas fizeram com que as pessoas entrevistadas procurassem posições de trabalho formal, dentro da sua área de formação, mas todas relatam se deparar com ambientes nos quais não se sentiam pertencentes e que, por vezes, as necessidades de adaptação feriam suas identidades e seus valores. D'Andrea (2013) faz referência a isso chamando o fenômeno de "trajetórias quebradas", em referência ao território de origem dessas pessoas e para ilustrar as

interrupções bruscas de jornada e os choques que essas pessoas sofrem em espaços que não estão preparados para elas. Foi possível perceber a tristeza nas menções das pessoas entrevistadas ao falar sobre o quanto elas haviam se esforçado e estudado para chegar a posições de trabalho formal, e o quanto sofreram nesses ambientes, precisando abrir mão de quem são para poder permanecer, como mudanças capilares, de vestimentas e de valores pessoais.

O empreendedorismo surge como alternativa para essas situações. Por se verem em um mercado de trabalho formal que não as aceita, as pessoas entrevistadas fazem o caminho de retorno às suas origens e, assim como seus antecessores, passam a empreender. Porém, esse é um empreendedorismo que já apresenta características diferentes das de seus antecessores. Ao invés do motivo do empreender ser sustentar a família, esse passa a ser ter um espaço de trabalho em que ela possa ser ela mesma integralmente, com um modelo de sistema justo em termo de respeito ao bem-estar de quem trabalha na empresa e de inclusão da sua comunidade no sistema de consumo ou acesso a produtos e serviços que sejam reflexo dos valores do território em que estão e que possam eliminar a realidade de exclusão em que estão inseridos. Há uma visão muito explícita do novo mundo que elas estão construindo, ainda que por vezes não saibam todos os passos para chegar até lá, e manifestam alívio pela possibilidade de serem quem são em integridade, ainda que o custo disso seja a incerteza dos recebimentos financeiros recorrentes para manter seu custo de vida.

Nesse sentido as entrevistas mostram que a tecnologia desempenha um papel fundamental pois permite que o alcance seja maior e mais pessoas possam ser impactadas pela nova realidade criada pelas soluções que fazem uso dela. Associada ao conhecimento mais profundo sobre a origem das condições sociais em que estão inseridos e de ferramentas que podem ser utilizadas para amplo alcance - conhecimento este adquirido no ensino superior - empreender em tecnologia se torna um caminho viável e buscado por essas pessoas empreendedoras.

Os desafios para fazer a empresa prosperar, crescer e gerar os resultados imaginados são traduzidos, mais uma vez, nas "trajetórias quebradas" (D'ANDREA, 2013), pois há um choque direto entre o sistema que essas pessoas querem criar, que valoriza primeiro as pessoas e depois o capital (IMAS; WILSON; WESTON, 2012), e o sistema em vigência, que incentiva a ampliação dos lucros e acúmulo de capital. Esse choque de valores, expectativas e formas de fazer negócios gera uma

verdadeira dificuldade de adaptação das pessoas entrevistadas nos espaços dedicados aos empreendedores. Por partirem de premissas diferentes, muitas vezes, as pessoas entrevistadas relatam a dificuldade em serem aceitas em programas de apoio, de captarem recursos financeiros para investir no crescimento da empresa e de encontrarem caminhos sustentáveis para que o empreendimento siga funcionando gerando, aqui, um desenvolvimento interrompido.

O terceiro objetivo específico era elencar os elementos facilitadores e dificultadores para a consolidação de negócios com tecnologias da informação e comunicação nas periferias da cidade de São Paulo. Aqui, usando novamente as entrevistas como fonte de informação, foi possível percorrer a trajetória já identificada no objetivo anterior e encontrar os fatores que facilitaram e dificultaram o processo empreendedor das pessoas entrevistadas.

Nesse sentido, entre os aspectos facilitadores, as pessoas entrevistadas citam as referências positivas que tiveram por parte de seus familiares, que empreenderam como forma de sustento da família, mas essas experiências são vistas por elas como uma forma de emancipação e construção de estruturas de trabalho mais justas.

A proximidade que elas têm com os problemas e a relação próxima com o público - e que por vezes são elas mesmas - também aparecem como fatores que facilitaram o processo empreendedor das pessoas entrevistadas. Saber os "códigos" locais, os desdobramentos e implicações dos problemas resulta em uma profunda empatia com aqueles que estão convivendo com o problema em questão e tornou as pessoas entrevistadas verdadeiras especialistas nessas questões e capazes de estruturar soluções pouco prováveis para quem não é do território, mas muito efetivas para a resolução de tais problemas.

A isso soma-se o apoio emocional vindo das pessoas com quem elas residem - pais, cônjuges e filhos - para seguir em frente, associado ao sonho de começar a empreender e de seguir trabalhando no negócio. Esse apoio, que não é financeiro como sugere a literatura, serve como força motriz para que as pessoas entrevistadas passassem a dividir seu tempo entre um trabalho formal e o sonho do negócio ou mesmo que passassem a se dedicar de forma integral ao empreendimento.

Por fim, o acesso a programas de apoio, a capital financeiro e mentorias com especialistas de mercado foram pontos essenciais para a melhor estruturação das

ideias em negócios e na sobrevivência desses empreendimentos. Todas as pessoas entrevistadas relataram, com deslumbre, o quanto esses apoios ampliaram suas percepções para outros horizontes e possibilidades e o quanto eles contribuíram para que entendessem as práticas de administração ou gestão de negócios. Um ponto interessante aqui é que nenhuma das pessoas entrevistadas cita a comunidade ou contato com outros empreendedores de periferia como um ganho para seus negócios, mas trazem em suas falas a alegria gerada pela percepção de serem vistos e de poderem ser acompanhados por pessoas que conhecem suas realidades.

No que diz respeito aos dificultadores, um ponto bastante mencionado foi a visão que as pessoas entrevistadas têm do mundo e a mentalidade a respeito do seu lugar nele. Nenhuma das pessoas entrevistadas relatou ter o empreendedorismo como primeira opção de carreira ou sequer como uma opção de carreira a ser considerada, por entenderem que empreender não era algo para elas, uma vez que os modelos vigentes na sociedade não exaltam ou contam as trajetórias de pessoas como elas. Além disso, há uma aversão explícita a construir negócios da forma como o sistema vigente espera e isso gera uma grande crise de identidade - pelo medo de estar traindo seus próprios valores ou não poder conciliá-los com a existência do negócio - que por vezes paralisa o desenvolvimento do negócio e da pessoa à frente dele.

Outra dificuldade relatada pelas pessoas entrevistadas é o acesso ao capital financeiro. Nas entrevistas, fica explícito que o desejo por esse capital não é necessariamente para aplicá-lo na estruturação da empresa, mas para que eles, como empreendedores, possam se dedicar ao negócio e fazê-lo prosperar. Esse é um achado muito importante, pois sugere que esses empreendedores precisam ser financiados diretamente, recebendo recursos que sejam capazes de cobrir o custo de vida deles para que, assim, possam se dedicar ao negócio com a qualidade de tempo e dedicação necessárias até que a empresa prospere e comece a fazer isso pelo empreendedor.

O acesso à educação empreendedora e a ausência de pertencimento são os dois últimos eventos identificados como dificultadores nos relatos das pessoas entrevistadas. Por não entenderem ou entenderem pouco sobre administração e gestão de negócios, as pessoas entrevistadas trazem em seus relatos a dificuldade de saber qual caminho seguir e como resolver problemas de administração e gestão

em suas empresas. Diante dessas dificuldades, os negócios passam a habitar um cenário de estagnação e impossibilidade de avanço. Por vezes, mesmo tentando buscar apoio profissional para solucionar tais problemas, a falta de pertencimento aos espaços de empreendedorismo, seja pelas diferenças de origem que abrem abismos sociais entre esses empreendedores e os espaços que oferecem os recursos necessários para que seus negócios saiam da estagnação, seja pelo afastamento natural por não entender os “códigos” sociais desses espaços, fizeram com que as pessoas entrevistadas entendessem que a estagnação enfrentada pelos negócios, na verdade, é o seu “teto” de desenvolvimento, e que foram o mais longe que poderiam com suas empresas, ainda que tais empreendimentos estejam longe de alcançar a maturidade que poderiam se tivessem acesso aos ambientes propícios e recursos necessários para o seu crescimento.

O quarto e último objetivo específico foi propor recomendações para que o apoio dado a esses empreendimentos nas periferias da cidade de São Paulo, por aceleradoras, escolas de negócios e organizações dinamizadoras, seja mais efetivo. Nessa última etapa, que empregou um terceiro olhar sobre as trajetórias relatadas pelas pessoas entrevistadas, visto que as entrevistas já haviam sido analisadas pela ótica do processo empreendedor e depois pelos facilitadores e dificultadores deste processo, olhamos para o processo empreendedor e, de acordo com os facilitadores e dificultadores encontrados nos relatos, foram feitas sugestões de como organizações dinamizadoras podem atuar de forma mais efetiva no apoio a empreendedores com negócios em TICs nas periferias da cidade de São Paulo.

As recomendações passam pelo trabalho com a mentalidade e visão de mundo das pessoas empreendedoras, dando espaço para outras narrativas de sucesso que são mais próximas de suas origens e a demonstração do empreendedorismo como uma opção de carreira; pela construção e apresentação de referências positivas capazes de servir de inspiração e também de âncoras para o imaginário do que é empreender; pelo acesso à educação empreendedora que não apenas replique os conceitos do norte global, mas que leve em consideração as realidades locais desses empreendedores, seus próprios conceitos e atravessamentos no processo empreendedor; pela construção de redes de apoio em que seja possível os empreendedores trocarem informações e/ou fazerem negócios entre si, acompanharem o desenvolvimento uns dos outros e se fortalecerem enquanto trabalham para o fortalecimento de seus territórios; pelo acesso a capital

financeiro para investimento no negócio e também para que o empreendedor possa se dedicar mais ao empreendimento com maior qualidade de tempo; pelo acesso a mentorias com especialistas de mercado que também conheçam as realidades e atravessamentos desses empreendedores, aportando informações que possam ser aplicadas nessas realidades e capazes de munir o empreendedor das ferramentas e conhecimentos necessários para tirar a empresa das zonas de estagnação; e, por fim, pela criação de caminhos de pertencimento dentro do ecossistema de empreendedorismo ao fomentar narrativas de empreendedores e empresas desses territórios, e mostrar a existência de outras formas de sucesso.

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.

Essa pesquisa buscou descrever quais as especificidades do processo empreendedor com tecnologia. Sendo exploratória e descritiva, apresenta suas limitações, as quais deixam abertura para realização de pesquisas futuras.

Devido às restrições impostas pela pandemia de COVID-19 durante o período de coleta de dados, todas as entrevistas foram realizadas por meio de vídeo chamada, o que pode ter impactado as respostas, principalmente no aspecto de dificultadores no processo empreendedor das entrevistadas.

A amostra foi por conveniência e retrata apenas o contexto de 3 áreas periféricas da cidade de São Paulo, não permitindo sua extrapolação para todo o quadro de pessoas que empreendem nas periferias de centros urbanos. Isso não apenas pela natureza da amostra, como pelo fato de que outros indivíduos que não empreendem com tecnologia ou que apresentam interesses sociais explícitos em seus modelos de negócio podem entender seu processo empreendedor de outra

forma, adicionando e/ou retirando marcos e eventos encontrados na presente pesquisa.

Outro aspecto é que essa, sendo uma pesquisa de natureza qualitativa e descritiva, optou por buscar a profundidade e riqueza de detalhes da vivência de cada pessoa entrevistada, ampliando as variáveis que podem incidir sobre o processo empreendedor e perdendo em indicativos validados quantitativos e estatísticos.

Também 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.

Para pesquisas futuras, sugere-se uma ampliação da amostra de pesquisa, considerando também outros bairros e modelos de negócio, para avaliar a generalização dos dados e com possibilidades de pesquisa quantitativa.

Alguns recortes adicionais que são propostos para pesquisas futuras incluem interseccionalidades como a avaliação do 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. Outro ponto importante a ser avaliado é o impacto de programas de apoio a esse perfil de empreendedor e seus efeitos no processo de amadurecimento e crescimento do negócio.

Recomenda-se, ainda, a realização de estudos comparativos entre outros perfis de negócios sediados nas periferias urbanas, tanto em São Paulo quanto no Brasil e no mundo, de forma a descobrir se existe ou não um processo empreendedor padrão para quem está em territórios como o deste estudo. E estudos para entender a percepção das organizações dinamizadoras a respeito de negócios com TICs nas periferias urbanas, para que se possa entender a ótica deles sobre este recorte.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABSTARTUPS. **Tudo o que você precisa saber sobre startups** [2017]. Disponível em <https://abstartups.com.br/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 16 nov. 2019.
- ADAM, J. M. **A linguística textual: introdução à análise textual dos discursos**. São Paulo: Cortez, 2008.
- AGHION, P.; AKCIGIT, U.; CAGE, J.; KERR, W. Taxation, Corruption, and Growth. *European Economic Review*. 86. 2016.
- ALBERTI, V. **Ouvir contar: textos em história oral**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.
- ALDRICH, H.; ROSEN, H.; WOODWARD, W. The impact of social networks on business foundings and profit: a longitudinal study. *In*: N.C. Churchill et al., eds., **Frontiers of Entrepreneurship Research**. Wellesley, MA: Babson College: 154-168, 1987.
- AMANAJÁS MIRANDA, L.; MIRANDA, S.; AMANAJÁS, V. Aspectos socioeconômicos dos batedores de açaí dos municípios de Macapá e Santana no estado do Amapá. **Confins. Revista Franco-Brasileira de Geografia**. 40. 2019 <https://doi.org/10.4000/confins.19799>
- ARAÚJO, T. P.; GEORGES, I.P.H. A gestão do próprio trabalho e vida: uma discussão sobre “empreendedorismo” e gênero a partir de duas trajetórias socioprofissionais. *Contemporânea. Revista de Sociologia da UFSCar*. v. 11, n. 3. 2021
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARKI, E. E.R. et al. In Search of Inclusive Social Entrepreneurship. **Standford Social Innovation Review Brasil**. v. 20 n. 3 2022
- BENNEWORTH, P. In what sense 'regional development?': Entrepreneurship, underdevelopment and strong tradition in the periphery. **Entrepreneurship & Regional Development**. 16. 439-458. Newcastle upon Tyne, England. 2004.
- BERGER, E.; PEDERSEN, W.; SANDBERG, S. Pathways to Drug Dealing in the Middle and Upper Classes: Early Marginalization, Relative Disadvantage and Countercultural Opposition. *The British Journal of Criminology*. 63.2022.
- BOYD, R.L. A Contextual Analysis of Black Self-Employment in Large Metropolitan Areas, 1970–1980, **Social Forces**, Volume 70, Issue 2, December 1991, Pages 409–429
- BRUYAT, C.; JULIEN, P.; Defining the field of research in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v.16, p.165-180, Mar. 2001.
- 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. The changing nature of peripherality. Institute of Spatial Planning, Proceedings of the Conference at the University of Dortmund. Dortmund: 3 November 2001.
- DENNING, M. Wageless Life. **New Left Review** 66 (November–December). [2010]. Disponível em <https://newleftreview.org/issues/ii66/articles/michael-denning-wageless-life> Acesso em: 10 jan. 2021.
- DURHAM, E. A sociedade vista da periferia. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. São Paulo: v. 1, n 1, 1986.
- D'ANDREA, T. **A formação dos sujeitos periféricos: cultura e política na periferia de São Paulo**. Trabalho de Conclusão de Curso (Doutorado em Sociologia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo: 2013.

D'ANDREA, T. Contribuições para a definição dos conceitos periferia e sujeitas e sujeitos periféricas. **Novos estudos CEBRAP**. v. 39, n. 1, Jan./Apr. 2020 Epub June 10, São Paulo, 2020.

EMICIDA; RAEL. Levanta e anda. São Paulo: Laboratório Fantasma: 2013. 2m30.

FISHER, Greg. Effectuation, Causation, and Bricolage: A behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research. **Entrepreneurship Theory and Practice**. v. 35, n.5, p. 1019-1051, New Jersey, United States.2012.

FRANÇA, P. Mais da metade dos paulistanos dizem morar na periferia, segundo Datafolha. **Folha de S. Paulo**. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2016/06/1782867-mais-da-metade-dos-paulistanos-dizem-morar-na-periferia-segundo-datafolha.shtml> Acesso em: 15 nov. 2019.

FREEMAN, J., STYLES, C., LAWLEY, M. Does firm location make a difference to the export performance of SMEs?, **International Marketing Review**, Vol. 29 No. 1, pp. 88-113. 2012.

FREDERICO, C. Da periferia ao centro: cultura e política em tempos pós-modernos. **Estudos Avançados**, 27(79), p. 239-255. [2013]. Recuperado de <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/68714> Acesso em: 29 nov. 2020.

FRIEDMAN, V.; & DESIVILYA SYNA, H. Integrating Social Entrepreneurship and Conflict Engagement for Regional Development in Divided Societies. **Entrepreneurship & Regional Development**. 22. p.495-514. 2010.

GARTNER, W. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. **Academic of venture review**. v.10, n 4, p.696-706. 1985. Disponível em <https://doi.org/10.2307/258039> Acesso em 15 nov. 2020.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil. [2011]. Disponível em: <http://gestaportal.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temasestrategicos/empreendedorismo/Livro%20GEM%20Brasil%202011.pdf> Acesso em: 17 nov. 2019.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor. Reporte Nacional de Chile. Chile: Universidad del Desarrollo. [2007]. Disponível em: <https://negocios.udd.cl/files/2010/10/reporte-gemchile-2007-2008.pdf> Acesso em: 14 fev. 2021.

HARRIS, R. Models of regional growth: Past, present and future. **Journal of Economic Surveys**. 25. p.913-951. 2011.

HAVEMAN, H.; HABINEK, J.; GOODMAN, L. How Entrepreneurship Evolves The Founders of New Magazines in America, 1741–1860. **Administrative Science Quarterly**. 57. p.585-624. 2012.

HAY, R.K., e ROSS, D.L. . An assessment of success factors of non-urban start-up firms based upon financial characteristics of successful versus failed ventures. *In*: R. Brockhaus et al., eds., **Frontiers of Entrepreneurship Research**. Wellesley, MA: Babson College. 1989.

HUDSON, R. What makes economically successful regions in Europe successful? Implication for transferring success from west to east. **Economic Geography Research Group Working Article Series No. 99/01**, London: Sussex European Institute, 1999.

HUGGINS, R., WILLIAMS, N. Entrepreneurship and regional competitiveness: The role and progression of policy. **Entrepreneurship & Regional Development**. 23. 907-932. 2011.

IMAS, J.; WILSON, N.; WESTON, A. Barefoot Entrepreneurs. **Organization**. 19. p.563-585. 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Aglomerados Subnormais. [2000]. Disponível em <https://www.ibge.gov.br/geociencias/organizacao-do-territorio/tipologias-do-territorio/15788-aglomerados-subnormais.html?=&t=o-que-e> Acesso em: 25 jun. 2023.

ISMAIL, S; GEES, Y.V.; MALONE; M.S. **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, 2018.

JACOBI, P. Public and Private Responses to Social Exclusion among Youth in São Paulo. *Annals of The American Academy of Political and Social Science - ANN AMER ACAD POLIT SOC SCI*. 606. p.216-230.2006.

JAYAWARNA D. J., OSWALD & MARCPHERSON, A. New business creation and regional development: Enhancing resource acquisition in areas of social deprivation. **Entrepreneurship & Regional Development**. 23. 735-761. 2011

JENNINGS, L. Do Men Need Empowering Too? A Systematic Review of Entrepreneurial Education and Microenterprise Development on Health Disparities among Inner-City Black Male Youth. **Journal of urban health: bulletin of the New York Academy of Medicine**. 91. 2014.

JONES-EVANS, D.; KLOFSTEN, M.; ANDERSSON, E.; PANDYA, D. Creating a bridge between university and industry in small European countries: The role of the Industrial Liaison Office. **R&D Management**. 29. p.47-56. 2002.

KLINE, C.; DUFFY, L.; CLARK, D. Fostering tourism and entrepreneurship in fringe communities: Unpacking stakeholder perceptions towards entrepreneurial climate. **Tourism and Hospitality Research**. 20. 2018.

KOWARICK, L. **A Espoliação Urbana**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993. (orig. 1979).

KRAKAUER, P.V.C.; MARQUES, J.A.; ALMEIDA, M.I.R. de. Teoria ou Prática: o que esperar da dissertação de mestrado profissional em administração? **Revista Gestão Universitária na América Latina - GUAL**. 11(2), p.23-46, Florianópolis, 2018.

LAKATOS, E.M; MARCONI, M.A. **Metodologia Científica**. 5. ed. 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2008.

LETTICE, F.; PAREKN, M. The social innovation process: Themes, challenges and implications for practice. **International Journal of Technology Management - INT J TECHNOL MANAGE**. 2010.

LEE, C. Migration to the 'First Large Suburban Ghetto' in America: Korean Immigrant Merchants in South Central Los Angeles in the 1980s. **Historical Reflections/Réflexions Historiques**, vol. 44, no. 2, summer 2018, pp. 87+. Gale Academic OneFile.

LIU, C. Intrametropolitan Opportunity Structure and the Self-Employment of Asian and Latino Immigrants. **Economic Development Quarterly**. 26. 178-192. 2011.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M.; D. A. **Pesquisa em educação: Abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

MAALAOUI, A.; RATTEN, V.; HEILBRUNN, S.; BRANNBACK, M.; & KRAUS, S. Disadvantage Entrepreneurship: Decoding a New Area of Research. *European Management Review*. 17. 2020.

MAGNANI, J. C. **Da Periferia ao Centro: Trajetórias de pesquisa em Antropologia Urbana**. 1. ed. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2012.

MAI, X.; CHAN, R. Detecting the intellectual pathway of resilience thinking in urban and regional studies: A critical reflection on resilience literature. **Growth and Change**. 51. 2020.

- MAZZON, J. A. Using the Methodological Association Matrix in Marketing Studies. **Brazilian Journal of Marketing**, v. 17, n. 5, São Paulo, Brazil. Oct. 2018.
- MOORE, M. Categorising Space: Urban-Rural or Core-Periphery in Sri Lanka. **Journal of Development Studies - J DEVELOP STUD.** 20. p.102-122. 1984.
- MOROZ, P.; HINDLE, K. **Entrepreneurship as a Process**: Toward Harmonizing Multiple Perspectives. *Entrepreneurship Theory and Practice.* v. 36, n. 4, New Jersey, United States, 2012.
- MUNYUKI, T., JONAH, C. (2021). The nexus between financial literacy and entrepreneurial success among young entrepreneurs from a low-income community in Cape Town: a mixed-method analysis. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies.** ahead-of-print. 2021.
- NERY, M. B.; SOUZA, A. A. L. de; ADORNO, S. **Os padrões urbano-demográficos da capital paulista.** *Estud. av., USP Cidades Globais,* v. 33, n. 97, p. 5-36, São Paulo, Dec. 2019.
- PETROV, A. Talent in the Cold? Creative Capital and the Economic Future of the Canadian North. **Arctic.** 61. p.162-176. 2008.
- POZZEBON, M.; CHRISTOPOULOS, T.; LAVOIE, F. The Transferability of Financial Inclusion Models: A Process-Based Approach. **Business & Society.** 58. 2017.
- 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. Entrepreneurial learning: peripherality and connectedness. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research,* v. 23, n. 3, p. 486-503. 2017.
- RENSKI, H. New Firm Entry, Survival, and Growth in the United States: A Comparison of Urban, Suburban, and Rural Areas. **Journal of the American Planning Association.** 75. 60-77. 2009.
- REYNOLDS, P. D., BYGRAVE, W. D., & AUTIO, E. GEM Global Entrepreneurship Monitor: relatório de pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (Relatório de Pesquisa/2002). Disponível em: http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Empreendedorismo%20no%20Brasil%202002%20-%20Relat%C3%B3rio.pdf Acesso em: 17 nov. 2019.
- RIBEIRO, C.C.R. A cidade para o movimento hip hop: Jovens afro-descendentes como sujeitos político. Disponível em: <https://www.palmares.gov.br/wp-content/uploads/2010/11/A-cidade-para-o-movimento-hip-hop.pdf> Acesso em: 26 mar, 2023.
- RICHARDSON et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas.** 3. ed. São Paulo: Atlas; 1999.
- RITTER, C.; FIRKOWSKI, O. L; Novo conceitual para periferias urbanas. **Revista Geografar.** Resumos do VII Seminário Interno de Pós-Graduação em Geografia. Curitiba, 2009.
- ROBERTS, M.J. & BARLEY, L. **How venture capitalists evaluate potential venture opportunities.** Boston, MA: Harvard Business School, 2004.
- SARASVATHY, S.; Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. **Academy of Management Review,** v. 26, n. 2, p. 243-263, NY, USA, 2001.
- SARASVATHY, S. Making It Happen: Beyond Theories of the Firm to Theories of Firm Design. *Entrepreneurship: Theory and Practice,* v.28(6). 2004 DOI 10.1111/j.1540-6520.2004.00062.x.
- SARASVATHY, S. What Makes Entrepreneurs Entrepreneurial?. *SSRN Electronic Journal.* 2005. DOI 10.2139/ssrn.909038.

SARASVATHY, S. *Effectuation: elements of entrepreneurial expertise*. Massachusetts: Edward Elgar Publishing Inc, 2006.

SHAO, K; MA, R.; ZHAO, L.; WANG, K; KAMBER, J. Did the cyberspace foster the entrepreneurship of women with children in rural China?. *Frontiers in Psychology*. 13. 2022.

SAXENIAN, A. **The New Argonauts: Regional Advantage in a Global Economy**. Cambridge, USA: Harvard University Press, 2006

SÃO PAULO (Cidade). Lei n. 16.050, de 31 de julho de 2014. Aprova a Política de Desenvolvimento Urbano e o Plano Diretor Estratégico do Município de São Paulo e revoga a Lei nº 13.430/2002.

SÃO PAULO. SECRETARIA MUNICIPAL DE HABITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO URBANO. Habitação - Notas. [1972] Disponível em: [https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/urbanismo/dados_estatisticos/info_cidade/habitacao/index.php?p=260288#:~:text=Os%20dados%20relativos%20a%201991,Estudos%20da%20Metr%20C3%B3pole%20\(CEM\)](https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/urbanismo/dados_estatisticos/info_cidade/habitacao/index.php?p=260288#:~:text=Os%20dados%20relativos%20a%201991,Estudos%20da%20Metr%20C3%B3pole%20(CEM).). Acesso em: 25 jun. 2023.

SEBRAE-NA/ Dieese. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa**. Brasília, p. 17, 2013.

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.

SHANE, S. **A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2003.

TIC Domicílios. Acesso às tecnologias da informação e comunicação [2021]. Disponível em: https://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20221121125804/resumo_executivo_tic_domicilios_2021.pdf Acesso em: 12 mar. 2023.

TOMMASI, L. Entrepreneurship and cultural activism in brazilian peripheries. **Hermes: Journal of Communication**. Lecce LE,Italy: Spazialità, 2018. p.167-196. 2018.

TOMMASI, L.; VELAZCO, D. A produção de um novo regime discursivo sobre as favelas cariocas e a muitas faces do empreendedorismo de base comunitária. **Revista do IEB** n. 56, p. 15-42. São Paulo, Brasil: USP, jun. 2013.

VAN, STEL.; A. & SUNDDLE, K. The impact of new firm formation on regional development in the Netherlands. **Small Business Economics**. 30 (1), p.31-47. Berlin/Germany: Springer, 2008.

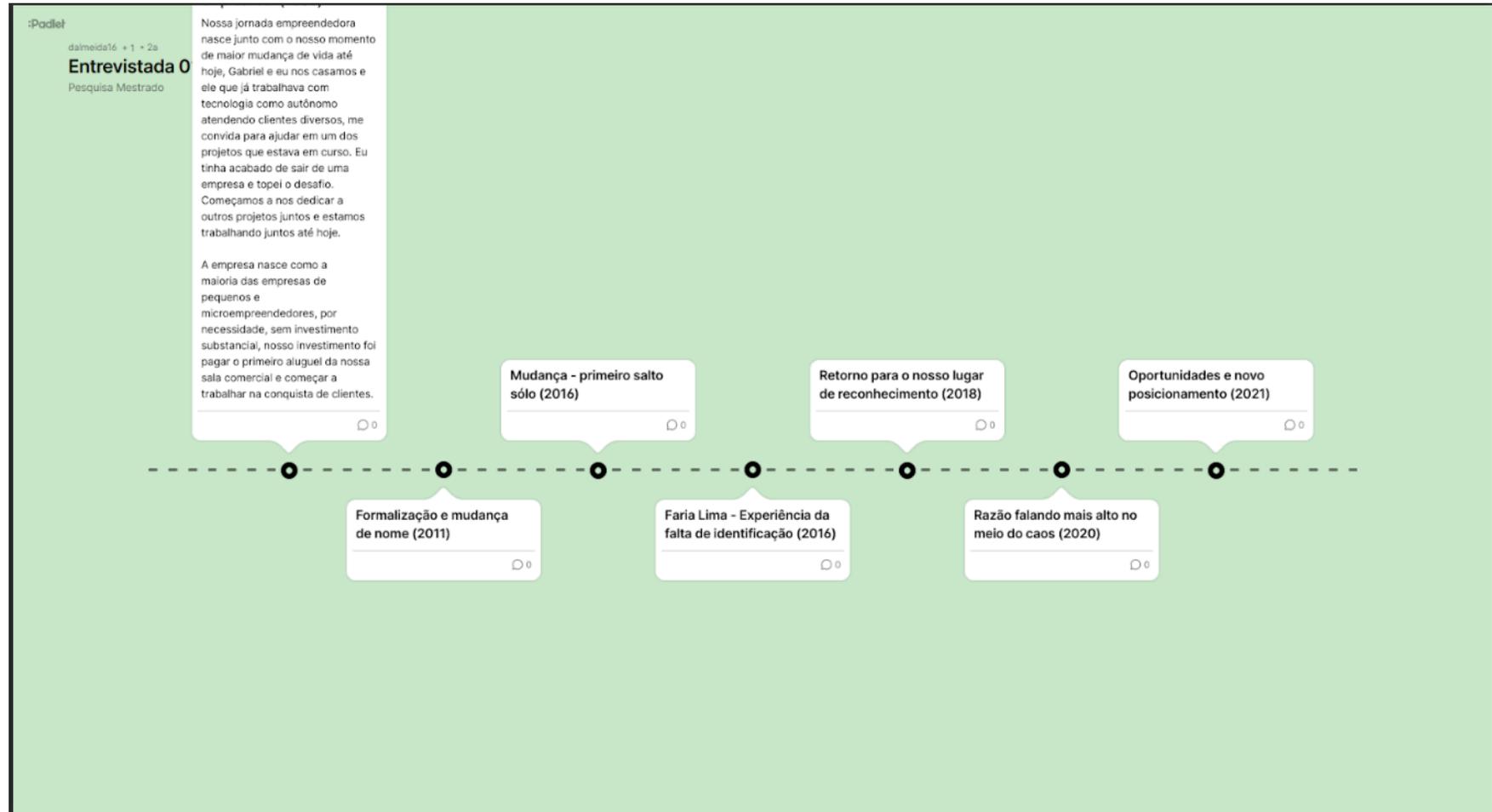
WENGER, E. **Communities of Practice: Learning, Meaning and Identity**. 1. ed. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.

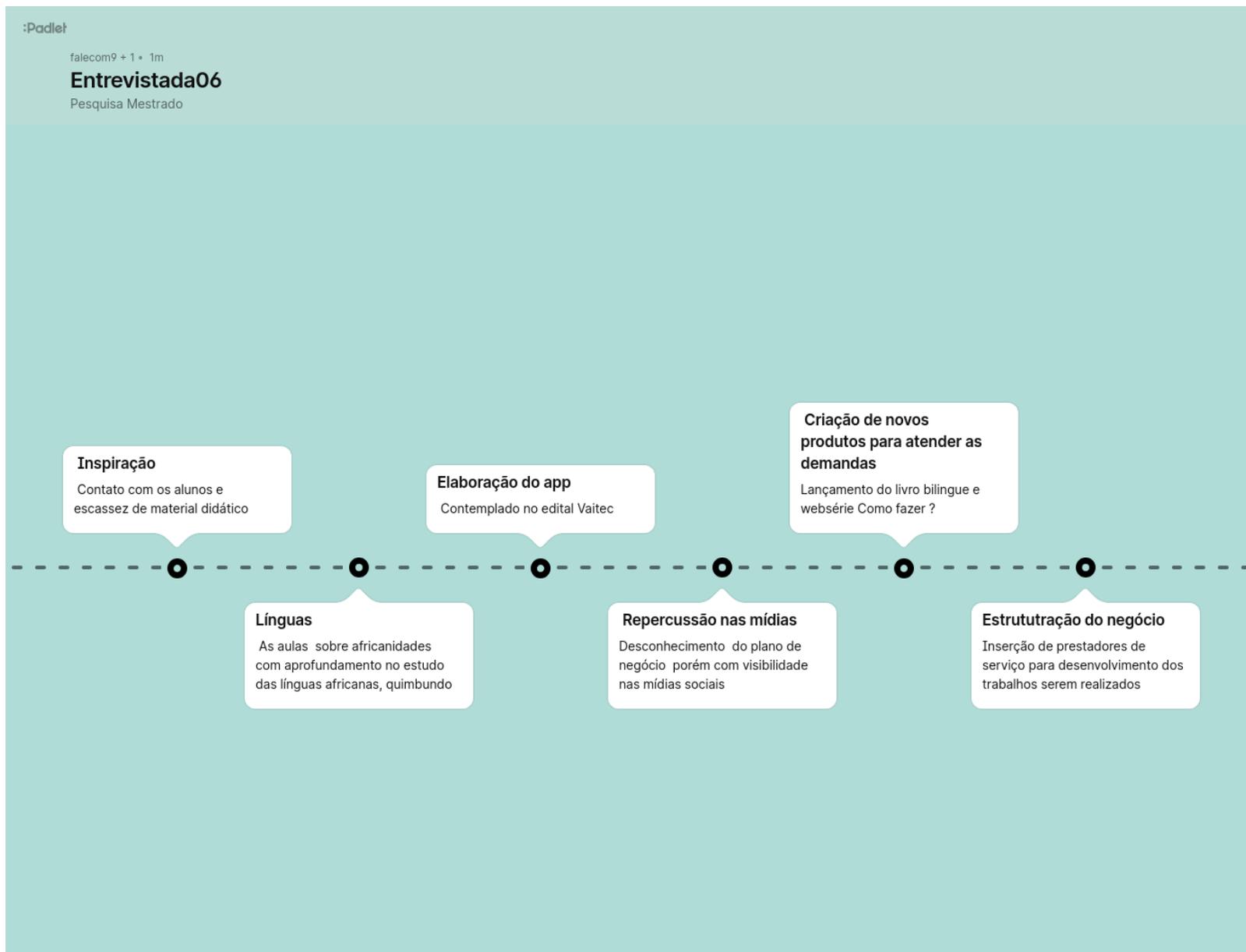
WRIGHT, A.; ZAMMUTO, R. Wielding the Willow: Processes of Institutional Change in English County Cricket. *Academy of Management Journal*. 56. 308-330. 2012.

XAVIER, D; P., KAHIL, S.P. Repensando a periferia no período popular da história: o uso do território pelo movimento Hip Hop. Disponível em <http://www.rc.unesp.br/igce/geografia/pos/downloads/2006/repensando.pdf> Acesso em: 02 nov. 2020.

APÊNDICES

APÊNDICE - 1: exemplos de linha do tempo criada pelas pessoas entrevistadas





:Padlet

dnalmeidaa • 1m

Entrevistada07**Surgimento - 2017**

Criação do Grupo

Crescimento - 2018

Aumento do número das pessoas no grupo e diagnóstico das fragilidades do público-alvo

Início da Transição - ONG - > STARTUP

Início das ações off-lines do projeto, e conexão com empresas.

Meio de 2019 - Transição

Ampliação da cartela de serviços e ações.

2020 Aceleração - VAI TEC - STARTUP

Oficialização da transição de projeto social para negócio social.

2021 - Plataforma

Lançamento da plataforma de soluções em equidade racial.