Aventura de Construir
Acompanhando protagonistas

Da periferia, a resposta: Uma iniciativa transformadora

aipê

catálise

Título: Da Periferia, A Resposta: uma iniciativa transformadora

Coordenação editorial e artística: Catálise Social

Autora: Kiara Kawany Medeiros de Souza

Revisão: Beatriz Ferreira, Silvia Caironi, Luiz Sette Costa, Lara Carceles

Capa, projeto gráfico e diagramação: Aline Yuri Sato

Crédito das fotos: Vinicius R. R. Dutra e Acervo Aventura de Construir

Agradecimentos especiais para: Bárbara Tompa, Benizauria da Silva de Almeida, Gema Soto Blacmann, Maria Dias, Michelle Cruz, Siméia de Avani e Teresa Cristina Patrício

ISBN: 978-65-999276-4-5

Aventura de Construir
Acompanhando protagonistas

Da periferia, a resposta: Uma iniciativa transformadora

aipê

catálise

APRESENTAÇÃO

A voz que constrói futuros

> *A fala só é bonita quando ela nasce de uma longa e silenciosa escuta. É na escuta que o amor começa.*
>
> *- Rubem Alves*

Da periferia, a resposta

É dali, onde a vida pulsa com coragem e criatividade, que nascem caminhos novos para velhas perguntas. Nas vielas, becos e quintais que se reinventam em ateliês, cozinhas e oficinas, brotam soluções que unem afeto e trabalho, sonho e sustento.

A resposta vem da certeza de que os territórios populares não são espaços de falta, mas de potência. Ao longo de anos de atuação com microempreendedores em situação de vulnerabilidade em diversas regiões do Brasil, a Aventura de Construir tem testemunhado a força criativa, a resiliência e a capacidade de transformação que florescem nas periferias.

Esta publicação nasce do encontro entre esses territórios vivos e o olhar da Aventura de Construir, acreditando que o desenvolvimento humano integral só acontece quando reconhecemos o valor que habita nas margens. Margens que são centros de potência.

No projeto de inclusão produtiva “Da periferia, a resposta”, realizado com microempreendedoras em alta vulnerabilidade em diferentes regiões do país, escutamos histórias de resistência, criação e esperança.

Cada trajetória revelou mais do que esforço individual: um mosaico de saberes, solidariedades e estratégias de sobrevivência que, juntas, apontam caminhos de transformação para uma nova economia, mais inclusiva, sustentável e solidária.

A periferia não é carência, é resposta.

E é essa resposta que queremos tornar visível, através deste processo de sistematização, como base para fortalecer políticas públicas e reconstruir pontes entre o Estado, a sociedade civil e as pessoas que fazem o Brasil acontecer todos os dias.

A Aventura de Construir atua como ponte entre quem formula e quem realiza, entre o que é invisível e o que precisa ser reconhecido. Cada ação, cada diálogo, cada formação, cada assessoria e cada escuta é um gesto de valorização do que já existe e floresce nos territórios.

Este documento vai além de um relato de projeto. É um convite à reflexão e à ação. Ao apresentar evidências e proposições de políticas públicas, queremos inspirar gestores, formuladores e organizações da sociedade civil a repensar o papel das periferias como centros de inovação social e econômica.

É, portanto, uma celebração e um chamado:

Celebra as mulheres que transformam desafios em oportunidades.
Celebra os territórios que inventam futuros possíveis.
E chama todos nós a escutar o que as periferias têm a dizer —
porque é nelas que o Brasil se refaz, todos os dias.

Silvia Caironi, Fundadora e presidente da Aventura de Construir

Sumário

10 **1. Quem, como e o porque somos:** a jornada da Aventura de Construir

18 **2. Da periferia, a resposta:** Uma iniciativa transformadora

29 **3. Cada número é uma pessoa**

42 **4. O projeto como agente de políticas públicas**

55 **5. Cada caso, uma resposta da periferia**

81 **6. Aprendizagens que constroem sonhos**

01

QUEM, COMO E O PORQUÊ SOMOS:

A jornada da aventura de construir

Nossa missão e valores

A Aventura de Construir (AdC) nasceu em 2011 com a missão de **apoiar o crescimento pessoal e a transformação socioeconômica de microempreendedores das periferias do Brasil**. O trabalho da organização parte da convicção de que **cada pessoa pode se tornar protagonista da própria vida e, a partir disso, transformar a realidade do território onde vive**.

Esse propósito se reflete em todos os projetos desenvolvidos: da formação empreendedora à criação de redes de colaboração, do acompanhamento individualizado ao apoio para acesso a crédito, da valorização da dimensão humana à busca por inovação social.

Guiada por seus valores, a AdC atua de forma **ética, transparente e comprometida**, sempre com foco em resultados duradouros. A organização acredita que “um mundo melhor começa com o meu mundo melhor” e, por isso, cada iniciativa é construída junto aos beneficiários, para que eles assumam papel ativo nas decisões e conquistas.

Seus valores de **compromisso, trabalho em equipe, criatividade, inovação e perseverança** traduzem a essência da instituição, que vê no protagonismo dos microempreendedores a chave para um desenvolvimento territorial inclusivo e sustentável.

A história da AdC

A trajetória da Aventura de Construir (AdC) começou a partir de uma constatação importante revelada por pesquisas de campo: haviam poucas oportunidades de apoio a microempreendedores nas periferiais de São Paulo e apesar da atuação do SEBRAE esses serviços nem sempre chegavam em quem precisava. Além disso, ficou evidente que, embora exista oferta de microcrédito por instituições públicas e privadas, seu uso nem sempre é o mais adequado, devido à falta de conhecimento dos empreendedores sobre como utilizar esses recursos da melhor forma. **O que faltava não era vontade de empreender, mas sim informações sobre como utilizar os recursos de forma eficiente, acompanhamento próximo e apoio estratégico.**

Foi nesse contexto que, em 2011, a AdC iniciou suas atividades. Desde o início, a organização se diferenciou por adotar uma **abordagem centrada na pessoa: escuta ativa, proximidade com as comunidades e construção de relações de confiança**. Suas ações sempre buscaram fortalecer o protagonismo dos empreendedores, oferecendo capacitações, assessorias gratuitas e um suporte que alia técnica e cuidado humanizado. Em 2013, após identificar as necessidades de seus beneficiários e ter desenvolvido parcerias estratégicas, a AdC estruturou um método próprio, que reconhece que **o fortalecimento de negócios só é possível quando se fortalece primeiro a pessoa.**

Desde então, a AdC se consolidou como uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) reconhecida nacionalmente, ampliando sua atuação, a partir da pandemia, para diferentes regiões

do Brasil e estabelecendo parcerias estratégicas com instituições financeiras, fundações, empresas e universidades. Essa rede de colaboração garantiu não apenas a sustentabilidade de seus projetos, mas também a ampliação de seu impacto. Entre os marcos mais relevantes da sua trajetória estão a adesão ao Pacto Global da ONU (2018), a publicação do e-book Da Experiência, Um Método (2022), a produção de documentários e livros que dão visibilidade às histórias de microempreendedores, além da conquista do Prêmio Impactos Positivos (2023).

Além de gerar resultados, a trajetória da AdC evidencia a **construção de metodologias replicáveis e de um conhecimento que transforma realidades em múltiplos contextos.** Essa metodologia se sustenta em sete pilares fundamentais, que orientam e dão consistência a toda a atuação da organização.

Projetos Realizados

A Aventura de Construir desenvolveu dezenas de projetos voltados à formação empreendedora, à educação financeira, ao fortalecimento de negócios de impacto social e ao desenvolvimento territorial, alguns deles em parceria com entidades governamentais, como:

- **Alfabetização em Informática I e II:** financiada pela Secretaria Municipal de Inovação e Tecnologia (SMIT) de São Paulo, o projeto capacitou funcionários de Telecentros e DIGILAB'S para formarem microempreendedores de baixa renda em competências digitais.

- **Novos Horizontes:** o projeto promoveu formação humana, financeira e empreendedora para pessoas em situação de vulnerabilidade, visando sua inserção formal no mundo do trabalho em uma ação conjunta com a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Trabalho e Turismo de São Paulo,
- **Vi a Mão Empoderada de Mulheres Empreendedoras:** capacitou e assessorou 50 mulheres vulneráveis de Viamão/RS, fomentando suas potencialidades empreendedoras. A ação foi financiada pelo Ministério da Economia, via emenda parlamentar, garantindo apoio governamental municipal para a iniciativa.

Além dos projetos com financiamentos públicos, a Aventura de Construir desenvolveu vários projetos apoiados por financiadores privados. Para maiores detalhes:

consulte nosso site

Os sete pilares da metodologia

A Aventura de Construir desenvolveu sua metodologia própria com base em **sete pilares**, que orientam todas as iniciativas:

01

Partir da realidade:

Entender a realidade do empreendedor e do seu contexto é o ponto de partida para identificar as necessidades e responder de forma mais adequada.

02

Gerar protagonismo acreditando na centralidade da pessoa

O fator humano é o motor do desenvolvimento. Para que a mudança seja alcançada e possa ser sustentável, é fundamental que as pessoas tomem consciência das próprias necessidades e riquezas, pois assim tornam-se protagonistas do seu desenvolvimento.

03

Acompanhar o beneficiário:

A AdC realiza seu trabalho acompanhando individualmente seus beneficiários, acreditando em sua liberdade, ajudando a enxergar a solução de problemas e orientando nas tomadas de decisões. Esse processo é um diferencial em relação às demais instituições que ofertam serviços similares a microempreendedores.

04

Apostar na formação humana integral:

Por serem pessoas com fragilidades, a AdC entende que precisa fortalecer o sujeito. Portanto, vai além das capacitações técnicas, propondo conteúdos culturais, tecnológicos e científicos em suas formações. Isso possibilita ampliação de horizontes na vida dos beneficiários.

05

Atuar com visão G-local:

A transformação da sociedade parte da mudança positiva da pessoa, o que chamamos de “G-local”, pois uma vez impactada de forma positiva, ela pode se tornar multiplicadora e geradora de mudanças no seu entorno, ampliando o alcance da transformação.

06

Atuar em rede, criando pontes e fortalecendo trabalho conjunto

Numa visão subsidiária, desenvolvemos parcerias com empresas, ONGs e voluntários, que nos auxiliam em todas as esferas do trabalho para dispormos de ferramentas que respondam aos objetivos identificados, criando pontes e apoiando o público na construção, estabilização e crescimento de redes comunitárias que reforcem o protagonismo dos envolvidos em nossos projetos.

07

Garantir transparência e ética

Divulgamos os dados garantindo acesso às informações e transmitindo credibilidade aos diferentes stakeholders.

Essa metodologia revelou que a sobrevivência e o crescimento dos negócios periféricos vão muito além do acesso a crédito ou recursos financeiros. O que realmente faz a diferença é **a formação integral, o acompanhamento próximo e contínuo, e a criação de redes de apoio sólidas**. Foi a partir dessa compreensão que nasceu a iniciativa “Da periferia, a resposta”, financiado pela Aliança pela Inclusão Produtiva (AIPÊ).

Com meta de atender ao menos 200 microempreendedores, o projeto alcançou mais de 300 inscrições, o que representa um passo significativo na trajetória da AdC. O projeto traduz em prática a visão de que **as periferias não são apenas espaços de carência, mas também de potência e inovação**. Assim, o relatório de sistematização que se apresenta a seguir busca registrar os aprendizados dessa experiência, valorizando o protagonismo dos participantes e apontando caminhos para ampliar o impacto de iniciativas semelhantes em outros territórios.

02

DA PERIFERIA, A RESPOSTA:

Uma iniciativa transformadora

O contexto do projeto

O Brasil convive diariamente com desigualdades históricas que dificultam o acesso à educação, ao trabalho e à renda. Nas periferias urbanas, essas desigualdades se tornam ainda mais visíveis: mulheres negras, jovens e trabalhadores informais enfrentam obstáculos estruturais para consolidar seus empreendimentos, ampliar sua renda e conquistar condições dignas de vida. **Foi nesse cenário que a Aventura de Construir decidiu lançar o projeto "Da periferia, a resposta"**, partindo da constatação de que a **economia periférica já é potente, inovadora e resiliente, mas precisa de acesso a ferramentas, conhecimento e apoio financeiro para florescer em sua plenitude**.

> As respostas para os desafios sociais podem – e devem – vir da própria periferia.

O contexto que motivou a criação do projeto reúne fatores estruturais e conjunturais. De um lado, o crescimento do empreendedorismo por necessidade no Brasil, impulsionado pelo desemprego e pela precarização laboral. De outro, a fragilidade dos microempreendimentos, já que três em cada dez MEIs fecham em até cinco anos, revelando a falta de suporte adequado para sua sustentabilidade. A pandemia da Covid-19 acentuou essas vulnerabilidades, e a AdC, que já havia desenvolvido metodologias próprias de acompanhamento integral e mensuração de impacto, percebeu a urgência de iniciativas que fossem além do apoio emergencial e estruturassem **respostas duradouras**

para o fortalecimento da economia periférica. Assim surge o projeto "Da periferia, a resposta".

Objetivos e compromissos

A iniciativa busca contribuir para a transformação estrutural da economia periférica, valorizando o protagonismo local, fortalecendo negócios de impacto social e multiplicando práticas capazes de inspirar políticas públicas e influenciar todo o ecossistema de impacto no Brasil. O projeto estabeleceu objetivos claros e compromissos firmes desde sua concepção. Entre eles:

- **Fortalecer microempreendedores periféricos** por meio de capacitações, assessorias e acesso a capital semente.
- **Priorizar o protagonismo feminino e negro**, reconhecendo a centralidade das mulheres negras como lideranças, empreendedoras e empresárias em suas comunidades.
- **Gerar impacto socioambiental positivo**, promovendo práticas de gestão sustentáveis, inclusão produtiva e melhoria de qualidade de vida.
- **Valorizar a jornada, não apenas os resultados**, reconhecendo que cada etapa de amadurecimento já constitui uma conquista para os empreendedores envolvidos.

Esses compromissos se traduzem em uma metodologia que alia conhecimento técnico, escuta ativa e humanização das relações.

A metodologia

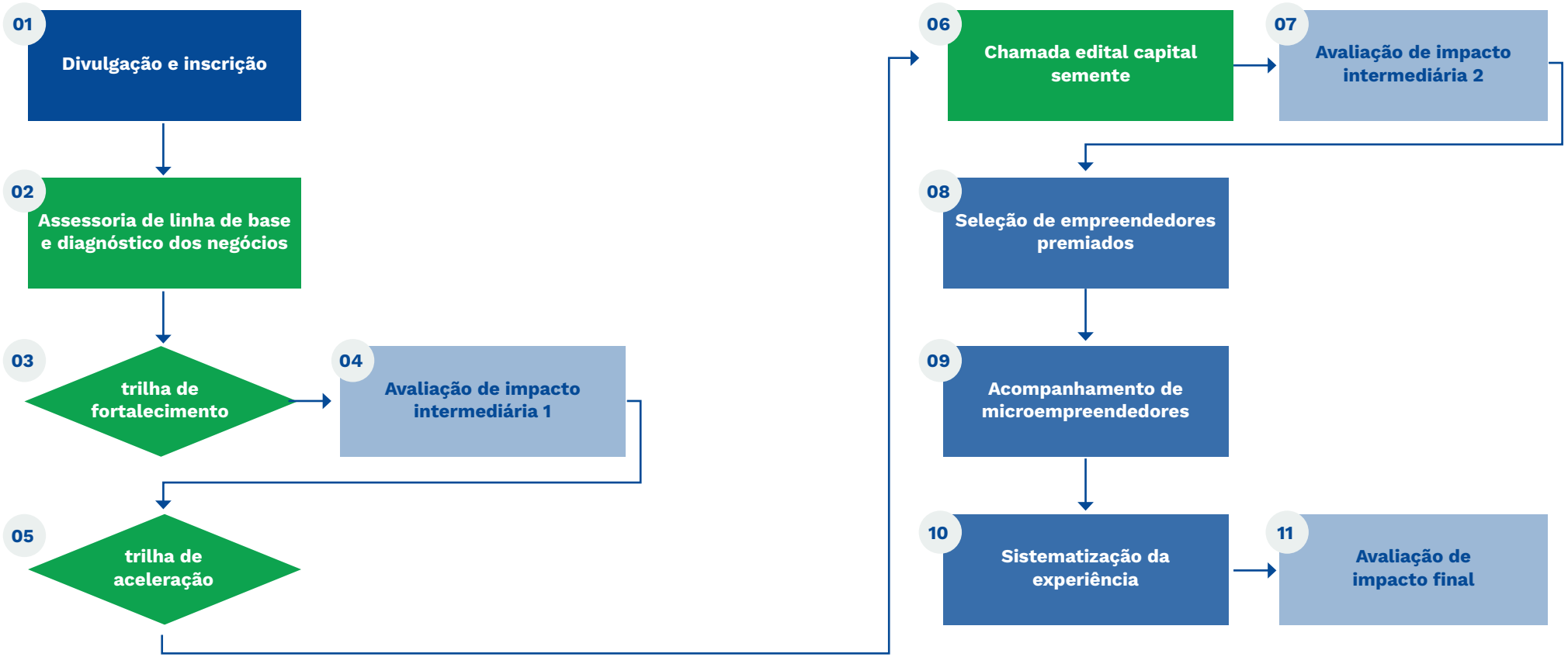
A grande inovação da Aventura de Construir que se documenta no "Da periferia, a resposta" é sua **metodologia centrada na pessoa**. Isso significa que cada atividade é desenhada considerando a realidade, os tempos e as necessidades dos empreendedores, sendo assim, as aulas combinam teoria e prática para fomentar a aprendizagem aplicada e a formação integral do ser humano. Há flexibilidade no agendamento, respeito às demandas familiares e comunitárias, além de um cuidado com a saúde mental. A lógica é simples, mas transformadora: **primeiro a pessoa, depois o negócio.**

Isso se traduziu em práticas como:

- **Aulas teóricas e expositivas:** aulas práticas, estudos de caso e exercícios aplicados, com o objetivo de conectar os conceitos abordados à realidade dos negócios.
- **Flexibilidade no agendamento das atividades**, para respeitar os diferentes ritmos e contextos dos participantes.
- **Adaptação às necessidades individuais**, com conteúdos e abordagens ajustados à realidade de cada negócio.
- **Preocupação com o bem-estar**, criando espaços de cuidado emocional e coletivo, como o Grupo Comunitário de saúde mental
- **Escuta ativa e troca horizontal**, valorizando a experiência prévia dos empreendedores e integrando-a ao processo formativo.

A jornada de desenvolvimento

Fases da implementação:



O percurso do projeto foi dividido em etapas complementares:

A

Linha de Base

A primeira fase consistiu em um diagnóstico detalhado da situação dos empreendedores participantes. Por meio de entrevistas e aplicação de metodologia própria de pesquisa, foi possível mapear tanto os desafios econômicos quanto os aspectos sociais que atravessam cada empreendimento. Ao todo, foram **realizadas 219 assessorias individuais de novembro de 2023 a fevereiro de 2024**, essa etapa foi essencial para desenhar trilhas personalizadas de acompanhamento.

B

Trilha de fortalecimento

Na sequência, de janeiro a agosto de 2024, os participantes passaram por encontros formativos com temas de gestão, finanças pessoais, marketing e organização do negócio, ao todo foram realizadas **16 aulas obrigatórias e 2 extras, que alcançaram a média de 102 participantes**. O foco foi consolidar fundamentos essenciais para que os empreendedores pudessem enxergar o futuro de seus negócios com mais clareza.

C

Trilha de aceleração

De outubro de 2024 a abril de 2025, ocorreu a etapa de aceleração, que contou com **formações voltadas à construção progressiva do Plano de Negócios, com**

ênfase em estratégias e ferramentas de planejamento, gestão e marketing. Para chegar nesta etapa, os participantes precisavam ter 75% de frequência nas aulas ao vivo, terem entregue todas as atividades obrigatórias e comprometimento com o processo formativo. Este afunilamento intencional faz parte da metodologia do projeto, que cria critérios que permitem a progressão das pessoas engajadas e possibilita a realização de um acompanhamento mais próximo pela equipe da AdC. Foram, então, oferecidos 22 encontros formativos e assessorias coletivas em grupos divididos por setores de atuação e assessorias individuais de avaliação de impacto – tanto com consultores quanto com voluntários. **Como resultado desta etapa, foram entregues 49 planos de negócios** consistentes, com potencial de gerar resultados sólidos e sustentáveis.

D

Capital Semente

O capital semente foi concebido não como um prêmio isolado, mas como a culminância de um processo de amadurecimento. Os empreendedores puderam concorrer a recursos de **R$ 5.000,00** e **R$ 3.000,00**, a partir de critérios objetivos e análise em banca avaliadora. Além disso, foram valorizados aspectos como diversidade, impacto socioambiental e engajamento ao longo da jornada. O repasse do recurso foi acompanhado de perto, garantindo que ele fosse utilizado como alavanca para o crescimento do negócio.

Ações extras

O caráter humano do projeto também se expressa em atividades complementares:

- **Resenha empreendedora**: espaço de troca entre empreendedores fortalecendo vínculos de rede.
- **Grupo Comunitário de saúde mental:** roda de apoio emocional conduzida por especialistas, reconhecendo que o bem-estar psicológico é condição para a sustentabilidade dos negócios.
- **Apoio ao Rio Grande do Sul**: mobilização solidária em prol das empreendedores diante das enchentes de maio de 2024, reforçando o compromisso do projeto com a coletividade e a solidariedade.
- **Visitas presenciais:** Foram realizadas cinco ações presenciais com o objetivo de fortalecer competências, engajar os participantes e apoiar o desenvolvimento de seus negócios:
  - **São Paulo** – Capacitações Presenciais em outubro de 2024 na Sede da Aventura de Construir
  - **Belo Horizonte** – Visitas, assessorias individuais e capacitação coletiva
  - **Porto Alegre** – Assessoria coletiva e oficina de Foto e Vídeo de Produtos para 20 microempreendedores
  - **Salvador** – Visita, assessorias individuais e aproximação a empreendedoras

Parcerias estratégicas

As parcerias foram fundamentais para potencializar os efeitos do projeto, fortalecendo a metodologia centrada na pessoa e garantindo que cada empreendedor recebesse apoio ajustado à sua realidade. Instituições de ensino superior, como FAAP, FECAP, IBMEC, FEI, USP e Belas Artes, aproximaram os participantes de grupos de extensão e disciplinas práticas. Por meio desta colaboração, os estudantes aplicaram seus conhecimentos em situações reais, oferecendo consultorias em marketing, design, estratégia de negócios e soluções tecnológicas, enquanto os empreendedores receberam suporte estratégico e inovador para desenvolver seus negócios de forma prática e personalizada.

Sob supervisão docente e em diálogo com a equipe da Aventura de Construir, os estudantes realizaram consultorias diretas e personalizadas para os participantes, em paralelo às assessorias oferecidas pela equipe técnica da AdC. Essas consultorias tiveram foco na construção de estratégias de marketing, reposicionamento de marca (rebranding) e desenvolvimento de sites e materiais digitais, de acordo com as demandas de cada negócio.

Além do apoio acadêmico, organizações, empresas e redes de voluntários ampliaram o alcance do projeto, por exemplo a OOH Brasil disponibilizou painéis digitais para veiculação de peças publicitárias em grandes centros urbanos. Esses parceiros ajudaram a criar conexões significativas e a garantir que cada ação fosse aplicada de forma relevante para o contexto dos empreendedores.

Dessa forma, **as parcerias fortaleceram não apenas a execução do projeto, mas também o aprendizado, a troca e a transformação dos participantes.** Para os empreendedores, representaram acesso a conhecimento, ferramentas práticas e estratégias adaptadas às suas necessidades; para estudantes e voluntários, a oportunidade de vivenciar experiências reais de impacto social. A atuação integrada e sistêmica entre setores acadêmicos, institucionais e empresariais consolidou um ambiente de colaboração e de desenvolvimento territorial sustentável.

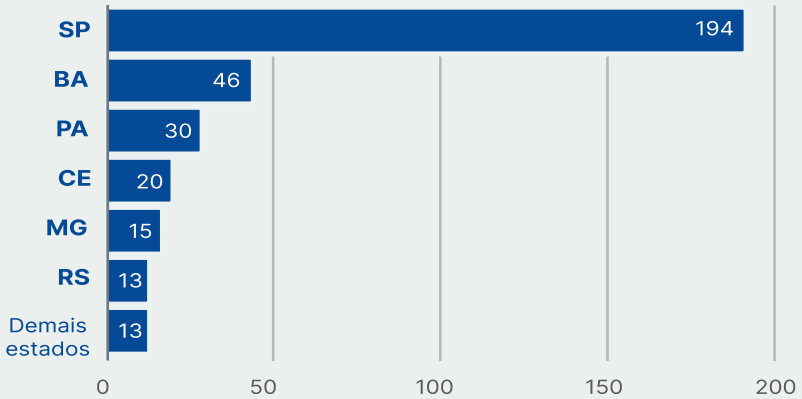
03

CADA NÚMERO É UMA PESSOA

Mapa de impactos:

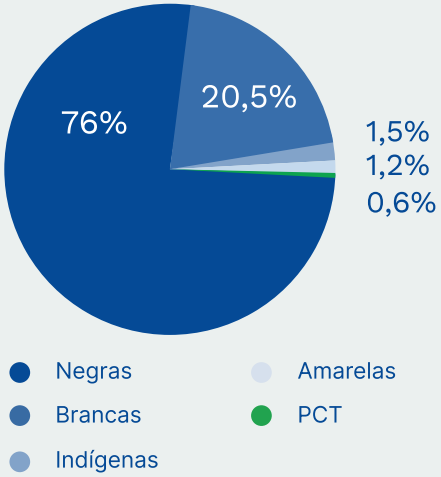
332
inscritos

Regiões alcançadas



Perfil demográfico:

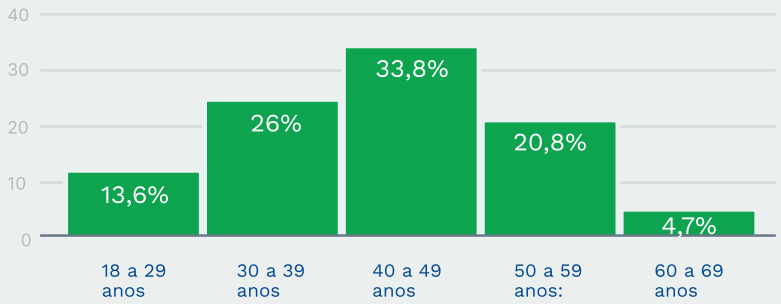
Raça/cor



Gênero
90,6%
mulheres

Renda
91%
apresenta renda abaixo de 2 salários mínimos.

Idade



Negócios:

Setores de atuação

Alimentação	32,3%
Artesanato	20,8%
Vestuário	12,4%
Beleza e estética	8,8%
Serviços	7,6%
Outros*	18%

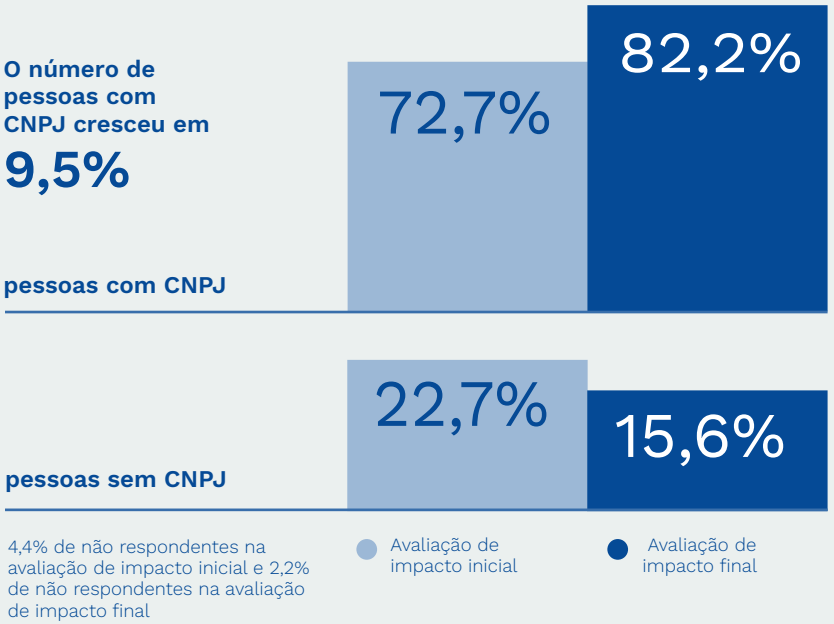
* Setores que compõem outros: comércio, impacto social, economia criativa, saúde e bem-estar, bebidas, construção civil, empregos verdes, turismo solidário, música e pesca.

Um dos aspectos acompanhados pelo projeto foi a formalização dos empreendimentos por meio do CNPJ. Os dados revelam uma evolução significativa entre o início e o final da jornada:

Formalização dos Negócios

O número de pessoas com CNPJ cresceu em

9,5%



4,4% de não respondentes na avaliação de impacto inicial e 2,2% de não respondentes na avaliação de impacto final

A **proporção de empreendedores sem CNPJ caiu 31,7%** entre a pesquisa inicial e a final. Isso significa que, ao longo do projeto, **quase um terço das pessoas que estavam na informalidade deixou essa condição.** A redução relativa mostra não apenas que o número absoluto diminuiu, mas o tamanho real da mudança, evidenciando o impacto direto do “Da periferia, a resposta” na formalização dos negócios atendidos.

Para além dos números, histórias:

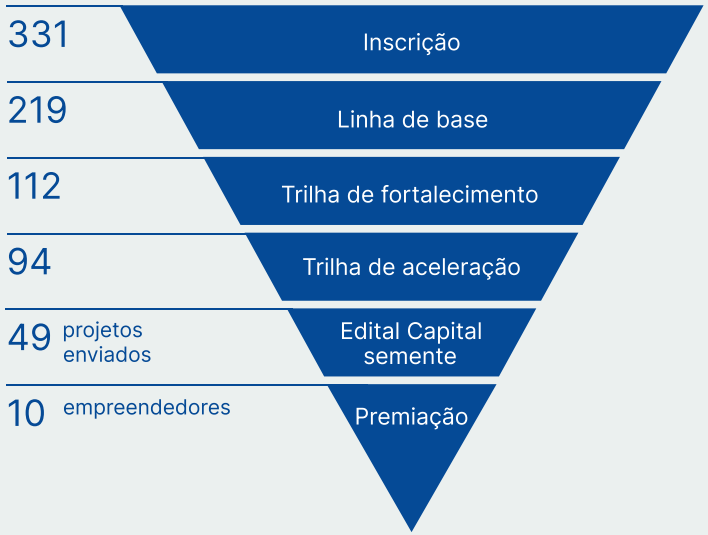
conheça **Maria Dias**, de Marituba (PA), 51 anos, empreendedora do setor de artesanato e biojóias. Maria nos conta como o projeto impulsionou seu engajamento e motivou ações concretas que transformaram sua trajetória e fortaleceram seu negócio.

Maria Dias

“Quando eu fui para o projeto, fui encorajada a fazer. As coisas começaram a fluir, e hoje, depois de um ano, meu trabalho melhorou muito. Em uma feira recente, pessoas elogiaram a qualidade da minha arte e o cuidado com a minha marca. O projeto me motivou a criar e registrar minha marca, e impulsionou diversas ações importantes.”

Engajamento:

Funil de engajamento



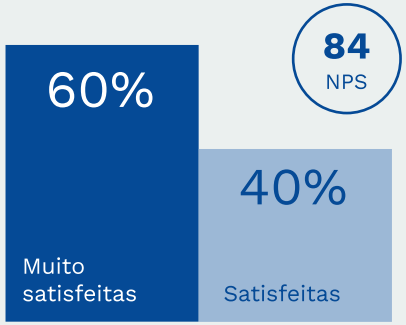
Trilha de Aceleração:

Avançaram para esta etapa os participantes que obtiveram **75% de frequência** nas aulas ao vivo e entregaram todas as atividades obrigatórias.

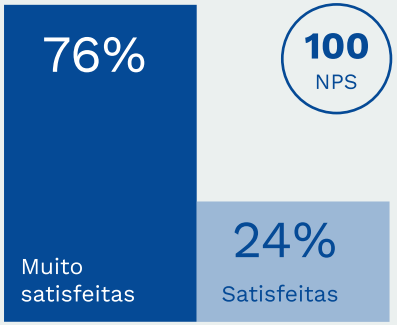
Meta AdC

40 planos de negócio enviados

Nível de satisfação



Trilha de Fortalecimento



Trilha de Aceleração

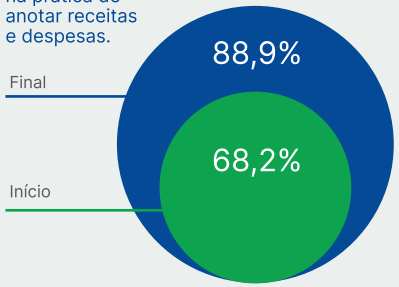
Projeto Da Periferia a Resposta

NPS (Net Promoter Score) é uma métrica que mede a satisfação e a lealdade dos beneficiários baseada em um única pergunta: “Qual a probabilidade de você recomendar nossa organização/serviço a um amigo ou colega?”. A pontuação é calculada subitraindo a porcentagem de “detratores” (pontuação de 0-6) da porcentagem de “promotores” (pontuação de 9-10)

Impactos Observados:

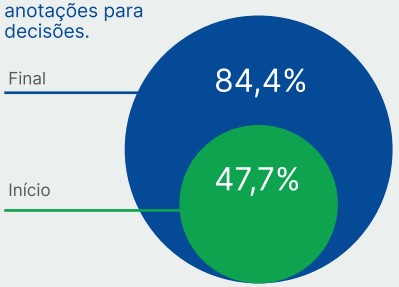
Evolução de Comportamentos

+20,7 p.p.
na prática de anotar receitas e despesas.



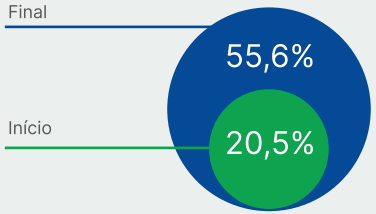
Anotar gastos e receitas do negócio

+36,7 p.p.
no uso das anotações para decisões.



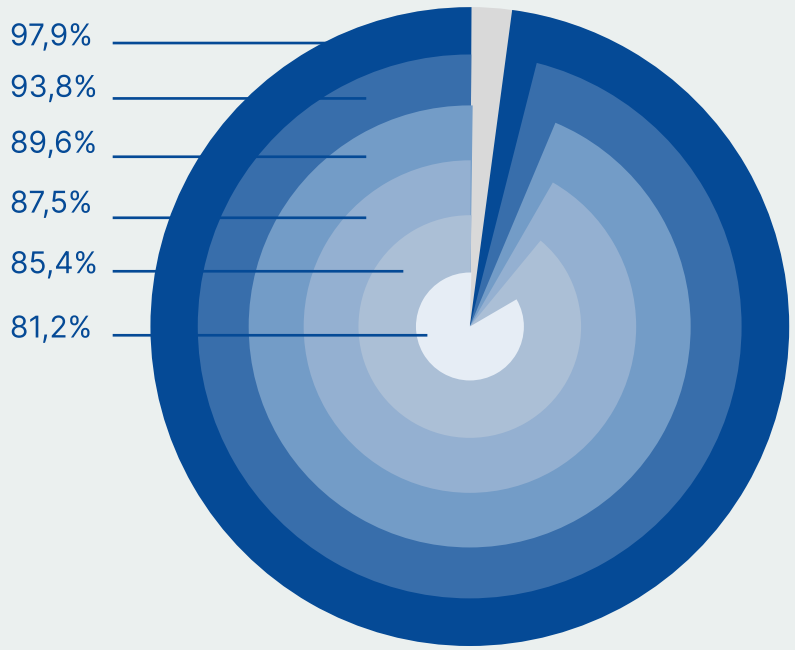
Uso das anotações para tomar decisões

+35,1
p.p. na definição de metas.



Clareza sobre metas para 6 meses

Contribuição do projeto para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras:



- Controle financeiro
- Vendas e características empreendedoras
- Formação de preço e divulgação
- Gestão de tempo e inovação
- Inteligência emocional
- Marketing visual

Impactos Concretos nos Negócios, segundo beneficiários do projeto

72,9%
Indicaram que a qualidade dos produtos aumentou

68,8%
Indicaram crescimento geral do negócio

66,7%
Indicaram aumento da renda

58,3%
Indicaram aumento do faturamento

100%
Indicaram desenvolvimento geral do negócio

Para além dos números, histórias:

conheça Gema Soto, de venezualena, atualmente mora em São Paulo, empreendedora do setor alimentício. Gema nos conta como o projeto impulsionou o desenvolvimento de habilidades transformadoras, que hoje a fazem se reconhecer como Empresária

Gema Soto

“No começo, eram apenas as panelas. Mas, aos poucos, fui entendendo que, para transformar minha habilidade em negócio, era preciso aprender sobre finanças, mercado, nichos e públicos. Hoje, me sinto uma empresária respeitada, com clareza sobre o que faço e como faço.”

Os dados evidenciam a amplitude e a profundidade dos impactos alcançados pelo projeto “Da periferia, a resposta”. Com presença em diversas regiões do país e destaque para São Paulo e Bahia, o projeto demonstrou capacidade de articulação territorial e de mobilização de empreendedores periféricos em contextos diversos. O alto número de inscrições (332) e a taxa expressiva de permanência nas trilhas formativas revelam engajamento significativo das participantes, confirmando a aderência da metodologia centrada na pessoa e nas realidades locais. O perfil demográfico reforça o protagonismo feminino e o foco em grupos de menor renda — 90,6% mulheres e 91% com renda abaixo de dois salários mínimos —, demonstrando que o projeto atingiu de forma assertiva o público que mais enfrenta barreiras estruturais para empreender.

Nos impactos concretos, observa-se avanço expressivo no desenvolvimento geral dos negócios (100%) e na melhoria de indicadores-chave como faturamento (58,3%), crescimento (68,8%) e renda (66,7%). Além dos resultados econômicos, houve evolução comportamental consistente: aumento de 20,7 p.p. na prática de anotar receitas e despesas, 36,7 p.p. no uso dessas anotações para decisões e 35,1 p.p. na clareza sobre metas de médio prazo — sinalizando mudanças estruturais na forma de gestão e planejamento dos empreendimentos.

Esses resultados confirmam que o projeto não apenas ampliou o repertório técnico e estratégico dos empreendedores, mas também promoveu aprendizagens transformadoras relacionadas à autonomia, organização financeira e visão de futuro. **A experiência reforça que processos formativos que combinam acompanhamento contínuo, escuta ativa e aplicação prática têm potencial concreto para fortalecer negócios de impacto e promover inclusão produtiva nas periferias brasileiras.**

04

O PROJETO COMO AGENTE DE POLÍTICAS PÚBLICAS

Começar a empreender é um desafio e esse caminho se torna ainda mais árduo quando **a principal motivação é a necessidade**. Em 2024, **45% dos empreendedores em estágio inicial** afirmaram ter iniciado seus negócios por essa razão. O perfil predominante entre eles é composto por pessoas de **25 a 44 anos**, pertencentes a famílias com renda de **um a três salários mínimos**, em sua maioria **pretas ou pardas**, com **participação equilibrada entre homens e mulheres.** [1]

Em **territórios periféricos**, o cenário é ainda **mais desigual**. Enquanto empreendimentos fora das periferias iniciam com **capital médio de R$ 712 mil**, os negócios periféricos começam com apenas **R$ 19 mil,** uma diferença 37 vezes menor.[2] Essa disparidade evidencia os grandes obstáculos enfrentados por esses empreendedores: **dificuldade de acesso a crédito**, burocracia excessiva, **escassez de informações qualificadas** e **falta de capacitações acessíveis** que preparem para a gestão de um negócio.

Essas barreiras ultrapassam o início da jornada empreendedora, afetando a **expansão e a sustentabilidade dos negócios**. Muitas iniciativas de apoio focam exclusivamente na oferta de microcrédito, mas a experiência de campo da **Aventura de Construir (AdC),** que em 2021 escutou cerca de **200 empreendedores**, revelou que o crédito, embora

1 Fonte: Relatório Executivo GEM: Empreendedorismo no Brasil 2024.
Dados relatório SEBRAE GEM: https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem/

2 Fonte: Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios (FGVcenn)
Dados da pesquisa FGV https://portal.connectedsmartcities.com.br/2021/12/10/empreendedorismo-social-nas-periferias-do-brasil-possui-capital-inicial-37-vezes-menor-do-que-negocios-de-outras-regioes-urbanas-revela-pesquisa-fgv/#:~:text=Na%20sociedade%2C%20os%20empreendedores%20sociais,Confira%20o%20estudo%20na%20%C3%ADntegra.

essencial, não é suficiente. É preciso capacitação e oportunidades reais de **desenvolvimento de competências empreendedoras**.

A trajetória da AdC demonstra que gerar impacto duradouro requer **formação humana integral**, que contemple dimensões **individuais, emocionais e territoriais.** Assim, a proposta formativa deve articular diferentes temas, preparando os empreendedores para **lidar com as múltiplas exigências da gestão de um negócio**. Fortalecer o empreendedorismo periférico, portanto, depende de **estratégias e políticas públicas integradas**, capazes de reconhecer a complexidade das trajetórias e necessidades desses atores.

Para que o desenvolvimento aconteça de forma consistente e sustentável, as ações devem:

- Considerar o ser humano em sua integralidade
- Fomentar a formalização dos empreendimentos, facilitando o acesso à informação e à oferta de suporte especializado
- Estimular a inclusão digital, promovendo a alfabetização digital e o uso de ferramentas tecnológicas de gestão e comunicação
- Oferecer capacitação em gestão financeira, incentivando a gestão dos recursos e a separação entre finanças pessoais e empresariais
- Desenvolver habilidades técnicas, empreendedoras e socio-emocionais, fortalecendo a autonomia e confiança dos empreendedores

- Promover a articulação intersetorial, conectando o terceiro setor, governos e instituições privadas para ampliar o impacto social e econômico

Diante desse diagnóstico, torna-se evidente que **políticas públicas eficazes** precisam dialogar com **experiências práticas e bem-sucedidas.** Nesse contexto, o alinhamento com **agendas nacionais** é estratégico.

Em nível federal, o **Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMP)**, criado em 2023, tem papel central na formulação de políticas para o fortalecimento do microempreendedorismo popular, priorizando ações de:

- Ampliação do acesso ao microcrédito produtivo orientado
- Incentivo ao empreendedorismo feminino e periférico
- Apoio à economia criativa, comunitária e popular
- Educação financeira e qualificação empreendedora
- Fortalecimento dos pequenos negócios como vetor de desenvolvimento econômico

Além do MEMP, o **Ministério do Desenvolvimento Social, Trabalho e Emprego** também pauta o microempreendedorismo, com foco em **inclusão produtiva vinculada ao CadÚnico, geração de renda para mulheres e juventudes, e redução das desigualdades territoriais.**

A iniciativa “Da periferia, a resposta” foi estruturada para responder a todas essas dimensões de forma integrada, articulando as **necessidades**

dos empreendedores periféricos às **agendas nacionais de fomento ao empreendedorismo**. Assim, mostra que é possível **transformar realidades locais** e **gerar impacto coletivo profundo e sustentável.** Mais do que um projeto, é uma **tecnologia social**[3] **validada**, capaz de apoiar governos e instituições no alcance de metas estratégicas por meio de um **modelo replicável e testado em diferentes contextos.**

Governança e articulação intersetorial

Um dos principais diferenciais da iniciativa é o modelo de governança colaborativo e intersetorial, que une sociedade civil, setor privado e poder público em um arranjo que garante legitimidade, sustentabilidade e capilaridade às ações.

3 O Projeto de Lei do Senado Nº111, DE 2011 institui que: tecnologia social: conjunto de atividades desenvolvidas mediante processo coletivo de organização, desenvolvimento e aplicação, que podem aliar saber popular, organização social e conhecimento técnico científico, voltadas para a inclusão social e a melhoria da qualidade de vida e geradoras de efetiva transformação social, relacionadas ao planejamento, pesquisa, desenvolvimento, criação, aplicação, adaptação, difusão e avaliação de:
a) técnicas, procedimentos e metodologias;
b) produtos, dispositivos, equipamentos e processos;
c) serviços;
d) inovações sociais organizacionais e de gestão.

Atores	Papel Estratégico
Aventura de Construir (AdC)	Liderança da implementação, metodologia, articulação comunitária e acompanhamento próximo;
Setor privado	Contribui com investimentos, apoio técnico e visibilidade;
Setor público	Oferece legitimidade institucional e potencial de escala.

Essa governança compartilhada comprova que a **cooperação público–privada–comunitária** é não apenas possível, mas essencial para **enfrentar desafios complexos em territórios periféricos.** O modelo propõe uma **articulação concreta** entre diferentes esferas da sociedade, municipal, estadual e federal, capaz de potencializar políticas de inclusão produtiva e redução das desigualdades.

Conexões com agendas nacionais e globais

As ações do projeto estão alinhadas às pautas centrais do PPA 2024–2027 e do MEMP, contribuindo diretamente para o avanço dos ODS 1, 4, 5, 8, 10 e 12.

Inclusão produtiva de periferias e fomento à economia criativa e comunitária

Contribuição do projeto

Fortalecimento e desenvolvimento de habilidades empreendedoras e criação de plano de negócio, promovendo geração de renda sustentável e autonomia econômica.

Apoio a empreendedores de moda, artesanato, gastronomia e cultura, fortalecendo circuitos econômicos locais.

ODS 1 – Erradicação da Pobreza

Meta 1.4 Até 2030, garantir que todos os homens e mulheres, particularmente os pobres e vulneráveis, tenham direitos iguais aos recursos econômicos, (...) e serviços financeiros, incluindo microfinanças.

ODS 10 – Redução das Desigualdades

Meta 10.2 (...) empoderar e promover a inclusão social, econômica e política de todos, independentemente da idade, gênero, deficiência, raça, etnia, origem, religião, condição econômica ou outra.

Trilhas formativas de fortalecimento e aceleração de negócios e empreendedores

Contribuição do projeto

Formação e assessoria a empreendedores periféricos, com trilhas formativas divididas em conteúdos teóricos e práticos, fomentando a aplicabilidade dos conhecimentos e a formação integral do ser.

ODS 4 - Educação de Qualidade

Meta 4.4 Até 2030, aumentar substancialmente o número de jovens e adultos que tenham habilidades relevantes, inclusive competências técnicas e profissionais, para emprego, trabalho decente e empreendedorismo.

Empreendedorismo feminino e igualdade de gênero

Contribuição do projeto

Capacitações e mentorias voltadas a mulheres, promovendo autonomia financeira, redução das desigualdades e o desenvolvimento de competências em gestão e marketing digital com uso de ferramentas acessíveis.

ODS 5 – Igualdade de Gênero

Meta 5.a Realizar reformas para dar às mulheres direitos iguais aos recursos econômicos,(...) de acordo com as leis nacionais.

Meta 5.b Aumentar o uso de tecnologias de base, em particular as tecnologias de informação e comunicação, para promover o empoderamento das mulheres.

Formalização e microempreendedorismo Crédito produtivo orientado
Contribuição do projeto Apoio técnico e acompanhamento para registro de CNPJs e estruturação de negócios periféricos. Educação financeira e orientação para o uso responsável de linhas de microcrédito.
ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Meta 8.3 (...) incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros.

Fortalecimento de práticas sustentáveis
Contribuição do projeto Aulas voltadas às temáticas sustentáveis aplicada aos negócios, apresentação das ODS e incentivo de ajustes na operacionalização, por meio das assessorias individualidades, para fortalecimento de práticas sustentáveis.
OSD - 12 Consumo e Produção Responsáveis Meta 12.6 Incentivar as empresas, especialmente as empresas grandes e transnacionais, a adotar práticas sustentáveis e a integrar informações de sustentabilidade em seu ciclo de relatórios.

Integração com políticas públicas existentes

A experiência do projeto demonstra forte potencial de articulação com políticas públicas em curso, fortalecendo o ecossistema de inclusão produtiva e empreendedorismo periférico.

Estratégia Elas Empreendem	
Objetivo principal: Fomentar o empreendedorismo feminino inclusivo, ampliando renda e sustentabilidade de negócios liderados por mulheres.	**Órgão responsável:** MEMP
Como o projeto fortalece a política: Prioridade do projeto em mulheres negras e módulos sobre empreendedorismo feminino e inclusão socioprodutiva.	**Oportunidades de articulação** Integrar comitês do “Elas Empreendem” para cocriar soluções e oficinas locais.

Jornada Empreendedora (MEMP)	
Objetivo principal: Plataforma de capacitação digital personalizada.	**Órgão responsável:** MEMP
Como o projeto fortalece a política: Conteúdos e trilhas da AdC podem ser adaptados e incorporados à plataforma.	**Oportunidades de articulação** Compartilhar metodologias de acompanhamento individualizado que impulsione o acompanhamento dos estudantes da plataforma.

PRONAMPE / Procred360	
Objetivo principal: Conceder crédito facilitado a micro e pequenas empresas, apoiando capital de giro e investimento.	**Órgão responsável:** MEMP
Como o projeto fortalece a política: A metodologia da AdC forma empreendedores preparados para acessar crédito com responsabilidade. As assessorias ajudam a desenhar planos de negócio e uso estratégico dos recursos, reduzindo riscos de inadimplência.	**Oportunidades de articulação** Formalizar acordos de encaminhamento (AdC → linhas de crédito) para aproximar os beneficiários das oportunidades de concessão de crédito.

ENIMPACTO / Cadastro Nacional de Empreendimentos de Impacto (Cadimpacto)	
Objetivo principal: Mapear e fortalecer negócios de impacto socioambiental.	**Órgão responsável:** MDIC
Como o projeto fortalece a política: Identificação e cadastramento de beneficiários que se enquadram como negócios de impacto.	**Oportunidades de articulação** No contexto do ENIMPACTO a AdC classifica-se como organização intermediária e pode articular-se com o MDIC nos comitês de economia de impacto para apoiar o fortalecimento de negócios de impacto.

Programa Centelha	
Objetivo principal: Estimular a criação de empreendimentos inovadores e fomentar a cultura empreendedora.	**Órgão responsável:** MCTI
Como o projeto fortalece a política: As trilhas e ferramentas da AdC podem ser adaptadas à metodologia do programa.	**Oportunidades de articulação** Contribuir com conteúdos e replicação da metodologia de mentoria para apoiar o acompanhamento aproximado aos beneficiários.

A trajetória da iniciativa “Da periferia, a resposta” mostra que fortalecer o empreendedorismo periférico exige mais do que ações pontuais: demanda **uma combinação entre metodologia consistente, governança colaborativa e articulação intersetorial**. A experiência da Aventura de Construir (AdC) comprova que é **possível mobilizar diferentes atores em torno de um mesmo propósito e gerar resultados concretos** na inclusão produtiva, formalização de negócios e ampliação ou geração de renda local.

Sua **força e potencial de replicabilidade estão no conhecimento acumulado ao longo dos anos, na clareza da metodologia, na capacidade de adaptação às realidades locais e no aprofundamento das relações com os empreendedores.** O projeto rompe com abordagens superficiais ao integrar formação técnica, apoio socioemocional e assessorias personalizadas. Dessa forma, os empreendedores não apenas recebem informação — eles vivenciam **processos formativos contínuos** que **fortalecem seu protagonismo, estimulam sua visão estratégica e aprimoram o uso qualificado de recursos**, como o capital semente.

Assim, quando o financiamento chega, ele é aplicado com consciência, planejamento e impacto direto no crescimento do negócio.

Ao articular capacitação, inclusão digital e fortalecimento comunitário, a iniciativa opera como uma **estratégia de desenvolvimento periférico alinhada às agendas do PPA e dos ODS, especialmente nos eixos de Trabalho e Renda, Redução das Desigualdades e Desenvolvimento Econômico.** O modelo **de governança intersetorial** adiciona legitimidade e viabilidade de implementação pública, permitindo que a **experiência seja escalada ou adaptada por governos e organizações em diferentes contextos.** Os resultados e aprendizados gerados pela iniciativa "Da periferia, a resposta" fornecem um conjunto de **diretrizes estratégicas** que podem fundamentar a criação e implementação de políticas públicas para o fortalecimento do empreendedorismo periférico.

Com base nesse acúmulo, o "Da periferia, a resposta" se afirma não apenas como um programa bem-sucedido, mas como uma **proposta consistente de política pública replicável, capaz de inspirar novas estratégias de desenvolvimento inclusivo,** fortalecer o protagonismo das periferias e transformar **potencial em respostas concretas para os desafios estruturais do país.**

05

CADA CASO, UMA RESPOSTA DA PERIFERIA

Teresa Cristina Patrício, Xodó da Preta: moda afro-brasileira que veste ancestralidade, alegria e inclusão

De São Paulo para o Brasil, Teresa Cristina Patrício transformou a paixão herdada da mãe em um negócio autoral e sustentável: a marca **Xodó da Preta**. Criada em 2014 e co-construída desde então, a iniciativa une moda afro-brasileira, identidade cultural e representatividade. Com o apoio do projeto "Da periferia, a resposta", Teresa encontrou novos caminhos para fortalecer sua marca, ampliar clientes e, sobretudo, se reconhecer como empresária — uma mulher preta, periférica e empreendedora que veste corpos e histórias com propósito.

Antes de mergulhar de vez no empreendedorismo, Teresa teve uma trajetória diversa: trabalhou com **telemarketing, comunicação e na área de seguros**, além de cursar **Pedagogia** e atuar no **Centro de Referência e Promoção da Igualdade Racial**, projeto da Prefeitura de São Paulo. Em 2021, com o término do contrato e o impacto da pandemia, ela viu na marca que já existia o caminho para recomeçar. A decisão de **viver do próprio negócio** foi uma oportunidade e também uma decisão de afirmar sua autonomia e fortalecer o trabalho que já realizava com sua mãe, Marli.

Antes de ingressar no "Da periferia, a resposta", Teresa enfrentava desafios típicos de quem empreende na periferia: dificuldade para planejar o crescimento e insegurança para assumir o papel de empresária. Embora a **Xodó da Preta** já tivesse conquistado visibilidade nas redes sociais e aumentado o faturamento em 85% em 2021, a gestão ainda era intuitiva. As decisões de compra e produção eram semanais, sem planejamento estruturado, e não havia clareza sobre custos, precificação ou metas de expansão.

Teresa conheceu a **Aventura de Construir (AdC)** por meio de uma indicação. O que a motivou a se inscrever no projeto foi a proposta **de acompanhamento de longo prazo**, que a fez entender que a metodologia do projeto proporia algo mais aprofundado. diferente de outras formações curtas e superficiais que havia feito antes, ela diz.

Durante o projeto, Teresa participou de **oficinas coletivas sobre finanças, mercado e gestão de marca**, além de **assessorias individuais personalizadas**. Ela destaca especialmente o aprendizado sobre **marketing e plano de negócios** como marcos da participação no projeto.

> *"Construir o plano de negócio me ajudou muito em tudo isso, pois tive que olhar cada pedacinho do meu negócio para construir o plano de negócio e entender onde eu precisava mudar para gerar o resultado que eu quero"*

Hoje, Teresa diz que a **Xodó da Preta** tornou-se uma empresa estruturada e com processos bem definidos. Teresa passou a **delegar funções**, contratando colaboradoras para costura e corte, e organizou toda a **cadeia de produção.** Criou também **um plano de relacionamento com clientes** — substituiu cartões por placas com QR code que direcionam diretamente para o Instagram e o WhatsApp, facilitando a interação e aumentando o número de seguidores, o que consequentemente gerou um aumento na quantidade de vendas.

> Com essas estratégias, percebeu **melhor controle financeiro**, **redução de desperdícios** e **crescimento no engajamento digital**.

Com uma trajetória marcada por identidade, estratégia e coragem, Teresa mostra que **fortalecer um negócio periférico é também fortalecer laços familiares.** A jornada com o projeto "Da periferia, a resposta" não apenas impulsionou a Xodó da Preta mas também **consolidou uma empreendedora consciente do seu valor, preparada para crescer, com sonhos e metas bem definidas.**

Maria Dias, Ybyrá – Biojoias que brotam da Amazônia e contam histórias de sustentabilidade

Aos 51 anos, em Marituba (PA), Maria Dias encontrou nas sementes da Amazônia uma nova forma de viver e de se reconhecer. Criadora da **Ybyrá**, marca de biojoias que ressignifica sementes, cascas e madeiras reaproveitadas, ela transformou o que começou como curiosidade em um negócio com propósito: valorizar a natureza e a cultura amazônica com beleza, consciência e identidade.

Maria nasceu e cresceu em Marituba e começou a trabalhar cedo, aos 15 anos já era auxiliar administrativa, profissão que exerceu por muitos anos. Em 2010, decidiu encerrar o ciclo do trabalho formal e seguir o desejo antigo de ter o próprio negócio. Fez cursos, investiu na formação em cabeleireira e depois mergulhou no artesanato, produzindo kits de bebê em MDF. Mas com a pandemia, o aumento dos custos e a dificuldade de conseguir materiais, ela precisou recalcular a rota e repensar seus caminhos. Foi então que, **em 2022, uma oficina gratuita de biojoias mudou tudo.** Ela conta que sempre gostou da natureza e do artesanato, e a partir dessa oficina encontrou uma forma de unir essas paixões.

Maria terminou a oficina com 35 peças e decidiu que não as deixaria guardadas em casa, e assim deu o passo importante de participar de sua primeira feira, ainda em 2022, mas conta que por conta da timidez, não vendeu nada naquele dia. Apesar disso entendeu que não podia desistir e percebeu que precisava mudar sua estratégia, organizar melhor o seu negócio e fortalecer a sua marca, que até então não existia para o público. A Ybyrá ainda não tinha este nome, identidade visual nem estrutura de negócio. **Tudo era intuição e vontade de fazer dar certo.**

Em meio às **buscas por oportunidades na internet,** Maria encontrou o "Da periferia, a resposta" e **viu no projeto a chance de aprender o que faltava.** No diagnóstico inicial, ficou claro que o talento e a identidade já estavam presentes, mas **faltavam ferramentas de gestão**, clareza sobre finanças e **caminhos para formalizar a marca.** Ao longo das oficinas e assessorias, Maria passou por um **verdadeiro processo de**

transformação. Aprendeu sobre **precificação, marketing, finanças e sustentabilidade**. Entendeu o caminho para abrir o CNPJ da sua empresa e nos contou que

> as aulas sobre os **ODS** reforçaram práticas sustentáveis que ela já valorizava e a ajudaram a enxergar sua produção de forma mais estratégica e conectada à agenda global.

Com **o apoio do projeto e de parceiros como o Sebrae, Maria registrou a marca Ybyrá**, criou a identidade visual, investiu em camisas, banners e placas de Pix, e assim viu o público começar a olhar sua marca de outro jeito e a aproximar-se mais dos seu stand nas feiras em que participa e com isso suas vendas foram aumentando. Maria conta que chegou a participar de uma feira em que os empreendedores reclamaram da baixa quantidade de vendas mas para ela foi diferente, as vendas foram excelentes.

Hoje, a Ybyrá é presença nas feiras criativas do Pará, reconhecida por transformar **resíduos em joias que contam histórias de sustentabilidade. Maria se formalizou como MEI, conquistou a Carteira Nacional do Artesão e criou uma conta bancária exclusiva para o CNPJ.** Ela também se formou como técnica ambiental, um passo que reforçou ainda mais o compromisso da marca com o meio ambiente e ampliou sua visão sobre o impacto positivo do seu trabalho.

> *O resultado é visível: mais organização, mais vendas e mais confiança. “Hoje eu tenho minha tabela de precificação e isso me dá segurança. Não fico mais me comparando com o preço dos outros.”*

A história de Maria Dias mostra como a potência criativa da periferia amazônica floresce quando encontra apoio, conhecimento e espaço para se desenvolver. A Ybyrá é mais do que uma marca de biojoias — é um símbolo de transformação, sustentabilidade e identidade. **O que começou com 35 peças e um sonho tímido hoje inspira outras mulheres a acreditarem em suas próprias sementes.**

Benizauria da Silva de Almeida, Oxe Bene: Baiana de Acarajé que transforma tradição em legado

Benizauria da Silva de Almeida, mais conhecida como **Bene**, carrega no tabuleiro a força de sua ancestralidade. Neta de uma das primeiras mulheres a vender acarajé no Farol da Barra, em Salvador, ela transformou a tradição familiar em negócio e em missão de vida. Sua trajetória, marcada por fé, superação e resistência, é um retrato da potência empreendedora que nasce das periferias brasileiras e um exemplo vivo do impacto que o projeto “Da periferia, a resposta” pode gerar.

Desde os 16 anos, Benizauria aprendeu com a tia paterna a preparar os quitutes da culinária afro-brasileira. Cresceu acompanhando a avó nas feiras e vendas, observando o ofício e o valor simbólico que o acarajé representava: **alimento, fé, cultura e sustento.** Ao longo de **mais de 30 anos de atuação, ela manteve viva essa herança,** fazendo do **tabuleiro um espaço de encontro e pertencimento.** Apesar da experiência e do reconhecimento conquistado, Benizauria enfrentou períodos difíceis. A perda do ponto fixo, o impacto da pandemia e uma paralisia facial temporária colocaram seu trabalho em pausa. Sem poder fritar acarajé, encontrou no ensino um novo caminho: **começou a oferecer oficinas para mulheres em situação de vulnerabilidade.** Assim, o que era **uma limitação se transformou em missão**: multiplicar o saber ancestral e gerar autonomia para outras mulheres.

Benizauria conheceu o projeto "Da periferia, a resposta" por meio de uma divulgação da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e decidiu se inscrever movida pelo desejo de **melhorar suas habilidades em marketing e gestão**. No início, uma de suas maiores dificuldades era justamente comunicar seu negócio e valorizar sua própria trajetória como empreendedora. Nas oficinas e assessorias, encontrou acolhimento, escuta e aprendizado.

> *"A equipe da Aventura de Construir foi tudo de bom que aconteceu. Eles lidaram com as pessoas com muito carinho e respeito. Eu até ficava chateada quando perdia uma aula, de tanto que gostava."*

A **visita técnica da equipe AdC** também foi marcante: fiel à sua essência, ela convidou os consultores a "botar a mão na massa" e preparar acarajé juntos, um gesto que simbolizou a troca viva de saberes e a integração entre técnica e tradição. O acolhimento oferecido pela equipe da Aventura de Construir se mostrou essencial na trajetória de Benizauria, pois ao contar suas dificuldades e desafios sentiu receber o apoio necessário para seguir em frente. O **projeto** representou uma **virada de chave** na forma como Benizauria se enxerga, **a experiência trouxe confiança para retomar o negócio, clareza sobre os próximos passos e uma visão mais estruturada sobre gestão e posicionamento.**

> *"Hoje eu sei o passo a passo de como devo prosseguir como empreendedora"*

Agora, Benizauria planeja o retorno das vendas, com a realização de um coquetel de relançamento, sendo esse um passo importante em direção ao sonho de criação do **Tabuleiro-Escola Oxe Bene**, um espaço físico que una produção, formação e valorização da cultura afro-brasileira. O objetivo é formar novas baianas de acarajé, **garantindo que o saber ancestral continue vivo e se multiplique.**

A história de Benizauria mostra que **a culinária afro-brasileira é também uma ferramenta de autonomia e transformação social**. **Seu percurso traduz, na prática, os pilares do "Da periferia, a resposta": fortalecer empreendedores de base comunitária, valorizar saberes tradicionais e fomentar a inclusão produtiva de forma sustentável.**

Bárbara Tompa, Cria da Natureza: Cuidado familiar que virou negócio e fonte de renda

Mãe de quatro filhos e idealizadora da marca **Cria da Natureza**, **Bárbara Tompa** transformou sua busca pessoal por uma vida mais saudável e natural em um negócio que inspira outras pessoas a cuidarem de si e do planeta.

A Cria da Natureza oferece **cosméticos naturais, veganos e sustentáveis**, produzidos de forma artesanal e consciente. Com fórmulas biodegradáveis e embalagens ecológicas, a marca simboliza o equilíbrio entre **autocuidado, ética e respeito ambiental**.

Formada em História, Bárbara sonhava em seguir carreira acadêmica, acabou lecionando por um período, mas não se encontrou nesta profissão. Deixou de trabalhar com o nascimento dos filhos e por conta disso permaneceu uma década afastada do trabalho. Foi quando se separou que decidiu retomar o protagonismo da própria vida. O ponto de partida estava dentro de casa: as filhas começaram a usar produtos industrializados quando visitava a avó e passaram a pedir à mãe que as permitissem utilizar algo comprado, industrializado. **Para encontrar as filhas no meio do caminho** e seguir com a utilização de produtos naturais, Bárbara **buscou profissionalizar-se** ainda mais, trazendo refino ao que já fazia e entregando algo que parecia ter sido comprado em loja. Com o tempo, percebeu o potencial daquilo que havia começado como cuidado familiar e, em **2020**, fundou a **Cria da Natureza**, nome que carrega as iniciais dos filhos: **Clara, Rael, Ísis e Ayla**.

Antes de participar do projeto “Da periferia, a resposta”, Bárbara nos conta que dentre suas principais **dificuldades** estavam a **organização financeira e o marketing**. Além disso, ela não tinha uma separação clara entre as contas pessoal e empresarial, não registrava sistematicamente as vendas e se sentia insegura para cobrar pelos produtos.

Bárbara conheceu o **projeto** “Da periferia, a resposta” por meio de um grupo de WhatsApp. Buscava um programa que oferecesse não só conhecimento técnico, mas também **acolhimento e visão prática para empreender de forma consciente**. O que mais a surpreendeu foi a **qualidade do conteúdo e o cuidado da equipe com cada participante.**

> *"Achei que, por ser um curso voltado à periferia e às mulheres, seria algo mais simples. Mas era completo, com convidados excelentes."*

Durante o projeto, Bárbara aprendeu a **organizar as finanças**, **separar contas pessoais e empresariais** e **anotar as vendas** com mais rigor. Aulas sobre sustentabilidade e indicadores de impacto a ajudaram a compreender que **a transformação é um processo contínuo**, feito de pequenos passos e ajustes constantes. Com o **apoio do capital semente**, Bárbara conseguiu **regularizar três novos produtos junto à Anvisa**, o que ampliou sua linha e a possibilidade de divulgação. E quando enfrentou uma denúncia à Anvisa em 2024, recebeu suporte direto da equipe do projeto, especialmente de Luiz, que a ajudou a reestruturar estratégias e planejar novas ações de marketing.

Com orientação, ela desenvolveu **um site, uma identidade visual consistente e a definição de uma persona de marca**. Tudo isso ajudou a posicionar a Cria da Natureza de forma mais profissional e atrativa.

Hoje, Bárbara nos diz que a **Cria da Natureza** é uma **empresa estruturada e em expansão**, que mantém sua essência artesanal e sustentável, mas com **processos mais organizados e visão de futuro.** O negócio, que nasceu de um cuidado materno, hoje **sustenta Bárbara e seus filhos**, reafirmando o potencial transformador do empreendedorismo feminino periférico. **Ela se vê como uma mulher mais consciente, segura e preparada para crescer.**

> *"Tenho me reconhecido como alguém forte, que superou muitos desafios e aprendeu a respeitar os processos."*

Gema Soto Blacmann, CHEVERE Restaurante Delivery: da migração forçada à construção de um negócio com raízes ancestrais e sustentabilidade

Gema Soto Blacmann é a força por trás do CHEVERE Restaurante Delivery, um empreendimento que transforma sabores em afeto, ancestralidade em identidade e sustentabilidade em prática cotidiana. Migrante da Venezuela, ela chegou ao Brasil em 2018, enfrentando os desafios da migração forçada com coragem, fé e a convicção de que recomeçar também é uma forma de resistir.

Mulher afrodescendente, mãe, avó e esposa, Gema chegou ao Brasil em busca de refúgio e dignidade. Formada em Tecnologia de Turismo em seu país, trabalhou como vendedora para sustentar os filhos e garantir estabilidade mínima. No Brasil, o recomeço foi duro, ela enfrentou jornadas exaustivas, situações análogas à escravidão e a solidão de reconstruir a vida longe de casa.

Gema conheceu a Aventura de Construir (AdC) em 2021, por meio de um curso voltado para imigrantes empreendedores na área da gastronomia, que também oferecia ensino de português e apoio psicossocial. Ela nos conta que **antes de ser acolhida como empreendedora, foi acolhida como pessoa e que isso salvou sua vida e de sua família.**

A partir dessa experiência inicial, Gema passou a integrar o “Da periferia, a resposta”, onde encontrou um ambiente de confiança, pertencimento e aprendizado profundo. Se no primeiro projeto ela aprendeu o básico sobre separação financeira e controle de estoque, no segundo **desenvolveu um olhar estratégico sobre o negócio, com planilhas, fichas técnicas, controle de receitas, projeções de vendas e planejamento de reposição de insumos e equipamentos.**

> *“O uso das planilhas foi um divisor de águas. Agora eu sei o custo exato de cada prato, quanto posso investir e como planejar o crescimento. Antes eu engatinhava, agora consigo andar com passos firmes.”*

Com o acompanhamento próximo da AdC, o CHEVERE se fortaleceu enquanto um restaurante de alimentação sustentável e saudável, expandindo as opções oferecidas para além dos pratos salgados, como era em seu início. O cardápio tornou-se sazonal, e inclusivo — com pratos sem glúten e sem lactose — e hoje Gema vende mais de 80 bolos por semana, além de pratos sob encomenda e serviços de catering. A **mudança mais marcante,** provocada pelas assessorias da AdC, foi **estratégica**: perceber que havia um **novo nicho de mercado nos doces e bolos artesanais e adaptar o modelo de negócio sem perder sua identidade.**

Gema também relata que o apoio técnico e emocional do projeto foi decisivo:

> *"A Aventura de Construir me ajudou a superar o medo de falar, de me expor, de vender. Hoje eu falo como um papagaio, sem vergonha. Eu me sinto viva, confiante e dona do meu destino."*

A trajetória de Gema Soto Blacmann mostra como o cuidado à pessoa é essencial para o desenvolvimento do negócio. É **preciso entender as especificidades de cada caso e oferecer o suporte e apoio necessário ao desenvolvimento da empreendedora para que seu negócio cresça e amadureça** como uma consequência de habilidades desenvolvidas e cuidados oferecidos. O Chévere segue como um negócio que une sustentabilidade, ancestralidade e inovação, mostrando que o empreendedorismo periférico é também um ato de cuidado e renovação.

Siméia de Avani, Avanis Curvaterapia Capilar: Transformando o cuidado com cabelos crespos em um novo método

Localizado na zona oeste de São Paulo, o **Avanis Curvaterapia Capilar** nasceu com a missão de valorizar e cuidar dos cabelos crespos e cacheados. O salão transformou uma dificuldade – a alta rotatividade de profissionais – em uma oportunidade: criar uma nova identidade profissional, a de **Curvaterapeuta Capilar**, unindo tradição, técnica e inovação.

Filha de uma família empreendedora, com três irmãos que são lojistas, Siméia iniciou sua trajetória no mercado de trabalho como **analista de treinamento**. Em 2016, decidiu empreender pela primeira vez com uma loja de pratas e após o encerramento do negócio, migrou para diferentes frentes: uma banca de rua com chaveiros, depois acessórios de couro e coleiras, e, por fim, um quiosque em ponto físico, um espaço que carregava a promessa do aumento de vendas. Esse período coincidiu com seu momento de **transição capilar**, e para aproveitar a oportunidade, passou a revender produtos para cabelos crespos e cacheados que utilizava durante sua transição, em seu quiosque. Rapidamente Siméia tornou-se uma **referência entre as revendedoras, e ganhou exclusividade para a revenda dos produtos em sua região.** Porém, logo chegou a **pandemia**, as vendas despencaram e o quiosque precisou ser fechado e com o isolamento forçado pelo cenário pandêmico, esse modelo também se tornou insustentável.

Sem desistir, **Siméia levou tudo para a garagem de casa**, continuou as vendas de lá e **começou a realizar serviços capilares** para complementar a renda, dado a baixa nas vendas dos produtos. Para se aperfeiçoar fez novos cursos e, dois anos depois, conseguiu abrir seu próprio salão fixo. Foi nesse espaço que o encontro com o projeto "Da periferia, a resposta" marcou o início de uma nova fase. Antes de participar do projeto, as **principais dificuldades** de Siméia estavam ligadas à **precificação** e à **gestão financeira**. Ela nos conta que **definia os preços "no achismo"** e não tinha clareza sobre os custos reais de cada serviço. Isso limitava seu crescimento e comprometia o equilíbrio financeiro do salão.

Siméia conheceu o "Da periferia, a resposta" em um momento de transição: havia concluído um curso de cabeleireira em uma ONG local e buscava formas de estruturar seu novo negócio. Ela já passou por programas como o da Rede Mulher Empreendedora e o Sebrae, **mas procurava algo que fosse além das técnicas: queria um acompanhamento mais humano e prático**.

Durante as mentorias e oficinas, **a virada de chave** veio com o apoio do mentor Léo, que a ajudou a pensar no **registro da marca e na construção de um legado**. A partir daí, nasceu o conceito de **Curvaterapia Capilar**: um método próprio de tratamento e cuidado para cabelos com curvatura, que hoje está **em processo de registro no INPI**.

As formações do projeto também fortaleceram sua organização, seu planejamento para produção e postagens e a gestão financeira.

> Siméia nos conta que passou a calcular custos de forma estruturada, ajustar preços com base em dados e acompanhar resultados com mais segurança. O impacto foi imediato: **o número de clientes dobrou, passando de 30 para 60 por mês.**

Além disso, as atividades de apoio emocional, como as rodas de conversa e o Grupo Comunitário de saúde mental, ajudaram Siméia a olhar para si como pessoa e não apenas como empresária. Como ela mesma relata: **"Aprendi que não preciso estar sempre no topo. Que posso errar, descansar e cuidar de mim também."**

Hoje, o Avanis Curvaterapia Capilar é um **salão especializado em cabelos com curvatura**, que não atende cabelos lisos nem realiza alisamentos. Mais do que um espaço de beleza, é um **centro de valorização da identidade afro-brasileira** e um modelo de negócio sustentável. Com a marca estruturada, missão e valores definidos, Siméia se prepara para dar o próximo passo: a criação da **Academia de Curvaterapeutas**, que formará novas profissionais e ampliará o impacto do conceito que nasceu no seu salão.

Michelle Cruz, Menina Sabores: Da cozinha quilombola ao empreendedorismo contemporâneo

A trajetória da Menina Sabores nasce da força da ancestralidade quilombola e da potência feminina em transformar desafios em oportunidade. Criada em Diadema (SP), a marca converte receitas transmitidas entre gerações em licores, geleias, compotas e conservas que carregam afeto, memória e identidade cultural. O que começou como uma alternativa de sobrevivência se tornou um negócio autoral, sustentável e conectado às raízes, hoje reconhecido por sua autenticidade e impacto social.

Michelle cresceu em meio às tradições herdadas da família quilombola de Minas Gerais. Ainda na infância, acompanhava as mais velhas cozinhando no fogão a lenha e absorvia os saberes que uniam alimento, cultura e sobrevivência. Quando se mudou com a mãe para São Paulo, ainda criança, continuou aprendendo as receitas que sustentavam a família. Na adolescência já mostrava vocação empreendedora, vendendo cadernetas feitas à mão para ajudar nas despesas. Formou-se em Magistério e História, trabalhou com alfabetização e em projetos ligados à cultura e identidade racial, sempre com os pés fincados na ancestralidade que a formou.

A Menina Sabores nasceu em meio a vulnerabilidade. Grávida, passando por uma separação e com renda instável, **Michelle reencontrou na cozinha uma forma imediata de garantir o sustento.** Começou vendendo doces na escola onde trabalhava e, aos poucos, levou os produtos para feiras e eventos culturais. Apesar do talento e da potência das receitas, o negócio era informal, sem planejamento financeiro, sem controle de custos, sem noção de precificação e sem separação entre vida pessoal e empreendimento. A comunicação nas redes era tímida, e o marketing quase inexistente, falar do próprio trabalho lhe causava desconforto.

Michelle conheceu a Aventura de Construir pelo Instagram. Já havia participado de formações anteriores, como o Protagonistas que plantam sustentabilidade. Quando viu a proposta do “Da periferia, a resposta”, **se interessou pelo tempo de acompanhamento, pelas mentorias, pela criação do plano de negócios, pelo foco em sustentabilidade e pela possibilidade de fortalecer a marca com apoio estruturado**. Se

inscreveu e foi selecionada, iniciando a jornada com a linha de base, onde teve pela primeira vez uma leitura ampliada de seu negócio.

No projeto, Michelle participou de oficinas sobre finanças, marketing, gestão e planejamento, além de assessorias individuais que respeitavam seu ritmo e contexto. As mentorias foram um marco: **ela destaca o cuidado da equipe com os prazos, o acompanhamento humano e a disponibilidade para tirar dúvidas.** Foi nesse processo que aprendeu a construir o plano de negócios, precificar corretamente, separar pessoa física e jurídica, prever faturamento, controlar estoque, pensar em fornecedores e organizar metas de produção. Também passou a **enxergar as redes sociais como vitrine estratégica, entendendo que mostrar quem está por trás da marca era parte do valor do produto.**

Hoje, a Menina Sabores é uma **marca estruturada, com clientes fidelizados, presença digital fortalecida e vendas para outros estados.** Michelle **aprendeu a planejar a semana, registrar entradas e saídas, fazer balanços mensais e prever metas.** Ganhou cerca de 900 seguidores após aplicar as estratégias de marketing aprendidas, **passou a focar no Instagram e estruturou o LinkedIn para atuar com B2B.** Com o plano de negócios, entendeu quais eventos valem a pena e passou a recusar aqueles que não trazem retorno.

Sua **loja online está ativa, a marca está em processo de registro no INPI,** e ela sonha agora em ter um espaço físico próprio. Mais que isso: quer criar uma escola-cozinha para apoiar outras mulheres periféricas, construir uma horta comunitária e gerar oportunidades para pessoas LGBTQIA+ e da própria comunidade.

> *"Quando eu fui construir o plano de negócio, tive que olhar cada pedacinho da minha empresa. Aí entendi onde eu precisava mudar para chegar no resultado que eu quero."*

A história da Menina Sabores mostra **como a força da ancestralidade, somada ao acesso a conhecimento e acompanhamento contínuo, pode transformar um negócio nascido da necessidade em um empreendimento potente, sustentável e inspirador.** Sua jornada reafirma o propósito do projeto "Da periferia, a resposta": **fortalecer empreendedores que carregam histórias, territórios e futuros dentro de seus negócios, mostrando que desenvolvimento econômico e identidade caminham juntos.**

Para conhecer histórias de mais empreendedores, conheça o **livro "Brilhos da Periferia"**, uma publicação que sistematiza histórias inspiradoras de empreendedores que, pela determinação, mudaram suas vidas e comunidades.

saiba mais

06

Aprendizagens que Constroem Sonhos

A realização do projeto “Da periferia, a resposta” reforçou o entendimento da Aventura de Construir de que: **transformar realidades exige escuta ativa, presença constante e metodologias que respeitam ritmos, histórias e contextos.** Mais do que consolidar resultados, a experiência deixou marcas que fortalecerão empreendedores e negócios periféricos em diversas regiões do Brasil.

Lições que ficam

Uma das maiores aprendizagens foi a **importância da flexibilidade.** Nenhum empreendedor percorreu a jornada de forma linear, e o **modelo do projeto precisou ser vivo, capaz de se adaptar às necessidades de cada pessoa, sem perder consistência nem objetivo**. Ajustar cronogramas, alternar estratégias, recriar dinâmicas e reconhecer os tempos de cada história fez parte da construção de vínculos genuínos e fortaleceu a permanência das participantes nas trilhas.

O **suporte individualizado** também se mostrou **um dos pilares mais poderosos do impacto.** As mentorias, o acompanhamento próximo e os feedbacks personalizados foram decisivos para que cada participante conseguisse transformar conhecimento em aplicação. Foi nesse espaço que dúvidas viraram planejamento, inseguranças deram lugar à autonomia e sonhos ganharam forma prática.

Outro aprendizado materializado nas metodologias da AdC é a **importância da saúde mental na permanência e no sucesso dos**

participantes do projeto. Empreender na periferia não é apenas um desafio econômico é também **emocional, social e identitário.** Os espaços de acolhimento, como o Grupo Comunitário de saúde mental e as resenhas empreendedoras, apesar de serem realizadas como atividades complementares, fortalecem a metodologia do projeto. **Cuidar do negócio exige, antes, cuidar de quem o sustenta.**

O sonho que se projeta

O futuro da Aventura de Construir nasce das sementes já plantadas. **A organização sonha em levar essa tecnologia social a outras periferias do país, fortalecendo empreendedores que transformam territórios a partir de suas raízes, saberes e projetos de vida.** A visão é ampliar o alcance, multiplicar parcerias e consolidar modelos de governança que unam sociedade civil, setor privado e poder público em torno do desenvolvimento inclusivo.

A AdC quer **escalar sem perder a alma: crescer preservando o vínculo humano, o olhar profundo para cada história e a capacidade de construir junto.** Expandir metodologias, fortalecer políticas públicas, articular redes e abrir portas para o acesso a mercados, capital e conhecimento são caminhos já traçados e possíveis.

Mas **esse sonho não é de uma organização só. Ele é convite. Convite para quem acredita que a periferia não é carência, é potência.** Para quem entende que empreender é também afirmar identidades,

criar protagonismo, movimentar economias e transformar futuros. Para quem deseja ver mulheres, jovens, pessoas negras, indígenas e LGBTQIA+ ocupando espaços com dignidade e orgulho de suas trajetórias.

Se o projeto mostrou algo, foi que, **com oportunidade, metodologia e confiança, a resposta vem do território e ela é grande. O que começou como plano se tornou caminho.**

Leve mais longe as respostas que nascem nas periferias. Construa pontes, multiplique oportunidades e ajude o Brasil a crescer todos os dias.

Aventura de Construir
Acompanhando protagonistas

aipê

catálise