

CENTRO PAULA SOUZA

ETEC DE POÁ

Técnico em administração

EMPREENDEDORISMO NA PERIFERIA DA TIJUCO PRETO

Edson André Teles Gomes

Jessica Luana Dos Santos

Joyce Rosa Faria

Larissa Dos Santos Prado

Miriã De Araújo Leite Gomes

Resumo: O presente trabalho é voltado para observar o grande potencial e os desafios de empreendedores na periferia do “Tijuco Preto”, localizada no município do Itaim Paulista em São Paulo. Nas imensas favelas de São Paulo existem mentes brilhantes que possuem visão do futuro, todavia os recursos são limitados e as oportunidades também. Realiza-se uma imersão nas histórias dessas personagens descobrindo as ferramentas de marketing, vendas, gestão financeira, entre outras que são utilizadas pelos empreendedores periféricos, tendo em vista suas condições e suas barreiras.

Palavras chaves: Empreendedorismo; periferia; tijuco preto; gestão; estatísticas.

INTRODUÇÃO

Ao analisar o tema empreendedorismo periférico, evidencia-se que constantemente está crescendo o número de pessoas que estão se tornando empreendedores, mas que muitas vezes são menosprezados por suas origens relacionadas a comunidade que foram criados. De acordo com Bispo *et al* (2012), os fatores externos como investimentos e acesso a recursos como tecnologia, educação e segurança são fundamentais para que um empreendedor seja bem sucedido, e nem sempre as pessoas conseguem ter acesso a isso, tornando mais árdua a missão de consolidar o negócio próprio.

ENTREPRENEURSHIP ON THE OUTSKIRTS OF TIJUCO PRETO

ABSTRACT

This work is aimed at observing the great potential and challenges of entrepreneurs on the outskirts of “Tijuco Preto”, located in the municipality of Itaim Paulista in São Paulo. In the immense favelas of São Paulo there are brilliant minds who have a vision of the future, however resources are limited and so are opportunities. An immersion is made in the stories of these characters, discovering the marketing, sales, financial management tools, among others, that are used by peripheral entrepreneurs, considering their conditions and barriers.

Key words: Entrepreneurship, periphery, tijuco preto, management and statistics¹

¹ *Aluno do curso Técnico em Administração, na Etec de Póá - edson.gomes36@etec.sp.gov.br

**Aluno do curso Técnico em Administração, na Etec de Póá - miria.gomes3@etec.sp.gov.br

***Aluno do curso Técnico em Administração, na Etec de Póá - joyce.faria@etec.sp.gov.br

****Aluno do curso Técnico em Administração, na Etec de Póá - Larissa.prado48@etec.sp.gov.br

*****Aluno do curso Técnico em Administração, na Etec de Póá - jessica.santos1319@etec.sp.gov.br

1. EMPREENDER EM SÃO PAULO: TRAVESSIA ARRISCADA DOS EMPREENDEDORES NAS COMUNIDADES.

1.1 DESAFIOS: HISTÓRICO

Devido ao preconceito generalizado sobre o mundo, as grandes favelas emergiram da abolição da escravatura, sobre a lei áurea de 1888 assinada pela princesa Isabel, os escravos sem recursos e sem a ajuda do governo são jogados a margem da sociedade, sem casas, sem capital e conseqüentemente sem nada, dando início assim a uma história de precariedade. Além disso a migração do campo para a área urbana dificulta mais ainda a vida de escravos que viveram toda a sua vida em campo, fazendo assim com que as favelas e o preconceito se tornassem a herança da escravidão brasileira. Citando as favelas do Rio de Janeiro o gerando falcoes aborda que ao fim do século XIX, 2000 casas foram derrubadas com a desculpa que era para reurbanização, novamente precarizando aqueles que estavam na miséria da sociedade e que foram “libertos” da escravidão. O nome “favela” deriva-se da guerra dos Canudos, no qual ocorrerá entre o exército brasileiro e os seguidores do Antônio Conselheiro, que criou a comunidade como um refúgio aos precarizados que vieram da escravidão.

Na pesquisa publicada em 23 de janeiro de 2024 pela agência Brasil, diz que o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) passou a denominar favelas e comunidades urbanas nos censos substituindo a expressão aglomerados subnormais que era usada desde 1950, tendo em vista que as favelas são lugares ocupados ilegalmente, o IBGE mostra um reconhecimento às favelas, evidenciando a invisibilidade e preconceito distribuído sobre as tais.

1.2 DESAFIOS: SOCIAIS

A realidade da favela Tijuco Preto não destoa das demais, pontos como resiliência e perseverança são criados através de cicatrizes de um passado obscuro, gerando dificuldades de um lugar abandonado pelo sistema.

“Se levarmos a sério a dimensão normativa da relação entre sociedade e política, que supõe a existência de igualdades individuais, no acesso aos direitos, algo separa alguns indivíduos, em especial moradores de favelas” (FELTRAN 2011)

Na comunidade a desigualdade social é um fator vivido no dia a dia e visto com clareza. Esse lugar é tratado como se não existisse no mapa, uma sociedade olvidada; uma coisa é certa, interesses políticos e econômicos tem data marcada para aparecerem nas periferias, no ano de mudanças eleitorais, pela sua própria valia. O artigo 25 da Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH) estabelece que

“Todas as pessoas têm direito a um padrão de vida suficiente, para assegurar bem-estar e saúde.” Levando-se em consideração a rotina dos moradores percebe-se que esse direito tem sido ultrajado, uma realidade insalubre distante do direito humano.” (DUDH ARTIGO 25)

Levando-se em consideração a rotina dos moradores percebe-se que esse direito tem sido ultrajado, uma realidade insalubre distante do direito humano.

Afastado do grande centro e negligenciado pelos poderes públicos, o baixo Itaim Paulista apresenta elevadas taxas de múltiplas manifestações de descaso público e violência segundo a favela do Tijuco Preto O PCC.E A Simbiose com o pentecostalismo por(Marques, p 2020).

2 A CRIATIVIDADE E OS PROCESSOS INOVADORES DAS PERIFERIAS :COMO ISSO TORNOU-SE ESSENCIAL PARA O DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDOR

Em decorrência a pandemia, muitos empreendedores necessitaram mudar suas táticas de serviço, inovar o seu negócio e transporte, é notório que a partir da covid –19 “a entrega em casa” tornou-se mais popular.

A lobo fez uma reportagem com um empreendedor na Brasilândia em uma periferia com um motorista de aplicativo chamado Alvimar da Silva , todavia ele percebia a dificuldade da comunidade, pois a favela é dita como um local de risco para motoristas de aplicativo, em um trabalho solo decidiu ser motorista para a comunidade, mas um pequeno empreendedor solo tornou-se um negócio que

atualmente tem 50 motoristas trabalhando pelo bairro ajudando a comunidade e 13 mil clientes cadastrados com a ajuda da aceleradora de negócios que tem parceria com a fundação Getúlio Vargas , e até sua própria filha saiu do emprego para ajudar o pai em seu negócio, segundo o coordenador do centro de empreendedorismo Edgard Barki o empreendedor necessita de apoio e um conhecimento de gestão ,para que a riqueza da periferia ganhe luz.

Contudo esse tipo de inovação traz consigo o grande medo de errar ou não atingir o que esperava, principalmente se tratando da periferia como Daniele Cria analista de negócios citou que os empreendedores da periferia não têm tempo para errar, ou seja, inovar é um tiro no escuro para os empreendedores periféricos , o que torna seu negócio estagnado e sem novidades

2.1 A necessidade do Novo

Com a concorrência evoluindo com constância, o mercado de trabalho se tornou uma batalha de inovações e mudanças, os clientes já não querem mais o óbvio e o antigo, querem a atualidade e o novo

O empreendedor precisa de espaço para criar e mudar, mas o medo de faltar dinheiro e não conseguirem o básico, faz com que o empreendedor periférico fique em um ciclo estagnado e imóvel, sem crescer e sem cometer erros, como foi citado por Marcello de Souza:

“Nossa evolução cognitiva é inseparável do erro, assim como o erro é inseparável da vida. Os erros são as pedras preciosas que iluminam o caminho da evolução. Que possamos abraçar cada falha como uma oportunidade para crescer, transformar e nos tornar quem verdadeiramente podemos ser.” (SOUZA, 2023)

A inovação é um caminho que necessita de uma pesquisa de mercado, para que o empreendedor se conecte com seu cliente e saiba o que ele quer. Empreender não se trata apenas de lucros, mas sim de alcançar o desejo do cliente e satisfazê-lo, o cliente não deseja apenas o produto, ele deseja a experiência que o produto proporciona. A inovação e o clássico devem estar juntos, a empresa BIC demonstra

isto de uma forma notória, suas canetas mais antigas estão no mercado desde 1955 e os clientes as procuram, todavia constantemente a Bic inova seu mercado, colocando novas cores, novos produtos, mas não deixando o clássico que funciona

2.2 A educação a base da Inovação

A precariedade da educação e do ensino no Brasil já está estagnada sendo o penúltimo do ranking da educação global, mas nas favelas há um aumento significativo nesses números, apenas 5% dos moradores cursam um curso superior ,em uma entrevista online realizada em fevereiro de 2025 dois empreendedores da periferia, o comerciante Manoel dono de uma bomboniere e o empreendedor autônomo Geovane portador de necessidades especiais onde responderam não terem cursado nenhum curso superior ,mas que poderia agregar em seus negócios. segundo Vinicius Dias dos Santos

“O conhecimento é a base para a construção de qualquer coisa, até mesmo de uma simples ideia. Sem conhecimento somos como pipas sendo levadas pelo vento, sem destino e sem controle. “VINICIUS (2021, pg 10)

Buscar adquirir novos ensinamentos é fundamental para uma mente mais crítica e analista ,uma mente onde o empreendedor pode sonhar e criar ,para isso é necessário novos horizontes e oportunidades para crescer, o governo tem o dever de melhorar a educação nas favelas e apoiar os pequenos empreendedores, pois a favela não é feita apenas pelo medo ou pela ideia errada de que em tal local residem pessoas ruins ,a favela é formada por mentes extraordinárias que buscam sobreviver ,inovar e buscam ser vistos, apenas necessitam de apoio para transformarem suas vidas.(“O homem não é nada além daquilo que a educação faz dele” - Immanuel Kant)

3. Invisibilidade do empreendedor na precariedade das favelas

Os empreendedores das favelas enfrentam diversos obstáculos que vão além dos empreendedores tradicionais, que dificultam a visibilidade deles como profissionais por diversos fatores que fazem parte da realidade dos moradores de periferias, a rejeição e preconceito são frequentes para pessoas que não estão inseridas nessa realidade e os observam como profissionais inferiores, enxergando a periferia apenas como uma área perigosa, ignorando sua riqueza cultural, criativa e inovadora, assim como grande parte da sociedade visibiliza dessa maneira. (“Em um mercado concorrido, não conseguir um destaque é o mesmo que ser invisível.” Seth Godin, autor e ex-diretor de negócios.)

A falta de recurso que empreendedores periféricos sofrem os prejudicam de diversas maneiras, conforme o IBGE diz, cerca de 30% das residências nas periferias não possuem acesso à internet de qualidade, Isso restringe ainda mais a obtenção de informações fundamentais para a criação e crescimento de novos empreendimentos, a falta de renda é um problema para aqueles que querem começar a investir em seu negócio, dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) mostram que as taxas de desemprego e informalidade são significativamente maiores nessas áreas, as opções de financiamentos são limitadas o que aumenta as chances de se endividar, não é apenas falta de recursos que dificultam a visibilidade do empreendedor, mas também a falta de oportunidade de mostrar seu trabalho já que vivemos em uma sociedade preconceituosa referente a periferia, sendo que por viverem em uma realidade precária se esforçam duas vezes mais do que pessoas com boas condições.

“Sentir-se confiante — ou ao menos fingir — é algo necessário para alcançar oportunidades. Sei que é clichê, mas quase nunca oferecem oportunidades; temos de conquistá-las.” (Sheryl Sandberg, executiva e diretora de operações do Facebook.)

Portanto a decisão de empreender por si só, já é desafiadora, mas empreender em um lugar onde existe desigualdade social impede de alcançar objetivos mais rapidamente, mas não é algo impossível.

“Sempre que você vê um negócio bem-sucedido é porque alguém, algum dia, tomou uma decisão corajosa.” (Peter Drucker, educador e consultor em gestão)

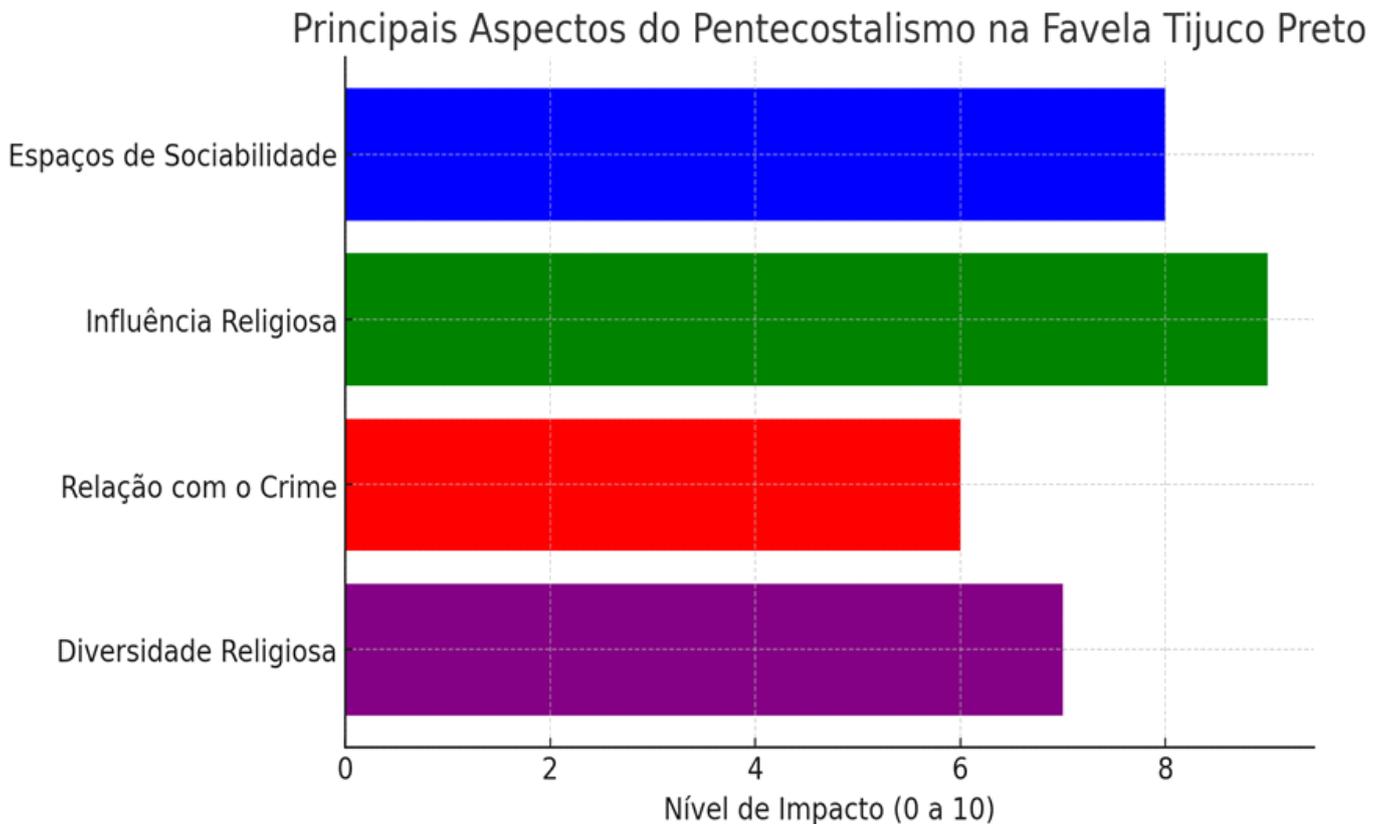
4.Pentecostalismo

O pentecostalismo desempenha um papel significativo na dinâmica social da favela do Tijuco Preto, localizada na zona leste de São Paulo. As igrejas pentecostais emergem como espaços de apoio e sociabilidade, oferecendo alternativas às adversidades enfrentadas pelos moradores no cotidiano. Esses espaços religiosos, juntamente com os bares locais, constituem pontos centrais de interação comunitária, proporcionando mecanismos para enfrentar os desafios diários. A relação entre o pentecostalismo e o crime organizado na região é complexa. Estudos indicam que há uma interação entre membros de facções criminosas, como o Primeiro Comando da Capital (PCC), e as igrejas pentecostais. Alguns indivíduos envolvidos em atividades ilícitas buscam nas práticas religiosas uma forma de redenção ou mudança de vida, levando a processos de conversão que podem resultar em uma ruptura com comportamentos anteriores ou, em certos casos, uma continuidade adaptada dessas práticas.

Além disso, observa-se uma pluralidade pentecostal na periferia de São Paulo, incluindo áreas como o Tijuco Preto. Estudos etnográficos revelam a presença de diversas denominações pentecostais, refletindo uma diversidade religiosa significativa que influencia as dinâmicas sociais e culturais locais. Em resumo, o pentecostalismo na favela do Tijuco Preto atua como uma força social relevante, oferecendo suporte espiritual e comunitário aos moradores, enquanto interage de maneira complexa com outras estruturas sociais presentes na região.

- Espaços de Sociabilidade - As igrejas pentecostais atuam como pontos de encontro e suporte social, ao lado de bares e outros espaços comunitários.
- Influência Religiosa - O pentecostalismo impacta o comportamento dos moradores, oferecendo um caminho de fé e transformação.

- Relação com o Crime Organizado - Há interação entre membros de facções criminosas e igrejas, resultando em processos de conversão e adaptações da fé ao contexto local.



- Diversidade Religiosa - Diferentes denominações pentecostais coexistem na favela, trazendo uma pluralidade de práticas e discursos.

Fonte: Próprios Autores

5. Gestão Financeira

É de conhecimento público a importância de se fazer uma excelente gestão financeira para obter sucesso nos negócios. Segundo Silva (2021), o mundo corporativo se tornou tão competitivo com o passar dos anos e passou-se a exigir cada vez mais estratégias administrativas que aumentassem a eficácia das empresas,

fazendo com que o setor financeiro das organizações se adaptasse e evoluísse constantemente em busca da maximização dos lucros.

Ainda de acordo com a autora, existe um ciclo econômico dentro das empresas que se baseia em despesas e receitas obtidas. O intuito deste ciclo é fornecer dados concretos para auxiliar os gestores nas tomadas de decisões que irão nortear a organização nas metas e objetivos à curto, médio e longo prazo.

Administrar os recursos financeiros de uma grande empresa, onde há diversas ferramentas que ajudam os profissionais da área a serem mais assertivos, já é extremamente complicado, imagina então fazer esta gestão em um pequeno empreendimento, as dificuldades se multiplicam. Na visão de Antonik (2016), a pressão é ainda maior, pois a responsabilidade de gerir o setor financeiro e todos os demais setores é de uma única pessoa, o(a) proprietário(a).

Essa é a realidade vivenciada por muitos empreendedores periféricos que muitas vezes veem na iniciativa de ter seu próprio negócio, o meio viável para obter renda e recursos de manter a sobrevivência de familiares e a sua própria

Ter que prover o sustento de terceiros é uma motivação a mais para os empreendedores se aperfeiçoarem na gestão do seu negócio, especialmente na parte financeira, pois as responsabilidades de fazer a empresa dar certo e gerar lucros é a única escolha que resta a eles (ANTONIK, pag. 11, 2016).

O escritor ressalta em seu livro que muitas vezes os pequenos negócios fecham tão rápido quanto abriram, justamente pela falta de planejamento financeiro.

De acordo com o Sebrae, muitas das empresas recém criadas fecham as portas dentro do período de 5 anos, principalmente os pequenos negócios. Para exemplificar melhor, observe os gráficos a seguir que refletem a dificuldade do pequeno empreendedor em manter sua empresa aberta:

Gráfico 1 – Taxa de mortalidade das empresas



Fonte: Próprios Autores

6 Estratégias do marketing periférico

Uma das principais estratégias para um negócio é o marketing, independente da sua região, pois o marketing tem uma forma única que se adapta as características culturais, sociais e econômicas dessas regiões periféricas. (“Não encontre clientes para seus produtos, encontre produtos para seus clientes.” - Seth Godin.)

Ele envolve estratégias para atingir o público local, por mais que não sejam muitas, eles levam em conta os hábitos de consumo, o poder de compra e a identidade comunitária. A linguagem desse marketing é ser utilizada de forma direta, clara e acessível para se reconectar com a realidade dos consumidores locais para mostrar empatia e compreensão das vivências locais para ganhar mais confiança.

6.1 Tipos de marketing periféricos

“O marketing boca a boca é extremamente forte nas periferias pois a recomendação vai de vizinhos e conhecidos. (No marketing boca a boca, o cliente é o seu melhor vendedor.” — Jonah Berger)

Segundo um formulário que foi respondido outra estratégia de marketing foi o preço e o custo-benefício também utilizado para oferecer produtos acessíveis, mas sem abrir mão da qualidade. O carro de som também uma das estratégias de marketing que os empreendedores periféricos utilizam, esse é um dos melhores marketing para a comunidade conhecer o seu negócio já que tem um bom alcance é de bom custo-benefício. O uso das plataformas WhatsApp, Instagram e Facebook são essenciais para divulgar esses serviços já que muitas pessoas dessas regiões preferem interações on-line e rápidas, como loja de roupas, salões de beleza e vendedores anônimos. Central Única das Favelas (CUFA) e Facebook desenvolvem projeto itinerante de capacitação dos microempreendedores das favelas brasileiras. O Projeto Cufa Impulsione com Facebook é uma iniciativa que busca promover e desenvolver a utilização das mídias sociais em favor dos/as moradores/as de favelas e periferias do Brasil afim de auxiliar no marketing digital das microempresas periféricas (Criada em 2019, a iniciativa abre o ano de 2020.)

CONCLUSÃO

Este estudo abordou o empreendedorismo na periferia da Tijuco Preto, destacando os desafios e oportunidades enfrentados pelos empreendedores locais. Observou-se que, apesar das dificuldades relacionadas ao acesso a crédito, qualificação profissional e burocracia, os moradores da região demonstram grande resiliência e criatividade na busca por alternativas de geração de renda.

Além disso, percebe-se que o apoio de políticas públicas e iniciativas privadas pode ser um fator decisivo para o fortalecimento desses negócios, promovendo o crescimento econômico local e a melhoria da qualidade de vida da população. A valorização do empreendedorismo periférico é essencial para reduzir desigualdades e incentivar o desenvolvimento sustentável.

Por fim, este trabalho contribui para a compreensão do cenário empreendedor da região e abre caminho para futuras pesquisas que possam aprofundar o tema,

investigando, por exemplo, o impacto de programas de incentivo e capacitação sobre a sustentabilidade dos negócios locais.

REFERÊNCIAS

ANTONIK, Luís Roberto. Empreendedorismo: Gestão financeira para micro e pequenas empresas. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016

BISPO, Cláudio et al. Empreendedorismo e Inovação. Uniceusa, 2012. Disponível em https://www.uniceusa.edu.br/aluno/arquivos/iniciacao_cientifica/publicacoes/artigo_e_mpreendedorismo_inovacao.pdf. Acesso em: 22 ago. 2024.

FONTES, L. A emergência do empreendedorismo periférico no Brasil: a formação de novas subjetividades em meio ao mercado, ao Estado e à sociedade nas margens urbanas. SciELO Preprints, 2023. DOI: 10.1590/SciELOPreprints.6817. Disponível em <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/6817>. Acesso em: 22 ago. 2024.

GOMES, Edson André Teles *et al.* **EMPREENDEDORISMO NA PERIFERIA DA TIJUCO PRETO**. 2025. 15 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Escola Técnica Estadual de Poá, Poá, 2025.

RESK, Felipe. Número de moradias em favelas de SP cresceu 49% em 10 anos, diz estudo. Metrôpole2023. Disponível em: <https://www.metropoles.com/saopaulo/favelas-de-sp-numero-de-domicilios-cresceu-49-em-10-anos-diz-estudo>. Acesso em: 21 ago. 2024

SILVA, Janecleide Alves da. Orçamento empresarial como ferramenta de gestão para micro e pequenas empresas. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 06, Ed. 01, Vol. 04, pp. 113-125. Janeiro de 2021. ISSN: 2448-0959, disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/contabilidade/orcamento-empresarial>
Acesso em: 27 de out. 2024

<https://oglobo.globo.com/rio/bairros/chef-joao-diamante-la-atras-meu-sonho-era-ganhar-1200-de-salario-comprar-uma-casa-na-comunidade-1-25351213>. Acesso em: 27 de out. 2024

<https://revistapegn.globo.com/mulheres-empendedoras/noticia/2023/11/potencia-na-favela-5-empendedoras-que-geram-impacto-positivo-com-seus-negocios.ghtml>
Acesso em :18 de set. 2024

<https://brasilecola.uol.com.br/brasil/favela.htm>
Acesso em: 012nov. 2024.

<https://blog.gerandofalcoes.com/linha-do-tempo-favela/>
Acesso em:01 nov. 2024.

<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2023/05/02/lideres-comunitarios-de-favelas-da-cidade-de-sp-dizem-que-a-cada-dia-recebem-novas-familias.ghtml#:~:text=Dados%20da%20prefeitura%20mostraram%20que,2023%20%2D%201747%20favelas.>
Acesso em: 01 nov. 2024.

<https://g1.globo.com/politica/noticia/2024/01/23/ibge-favela.ghtml>
Acesso em: 01 nov 2024

<https://asana.com/pt/resources/business-quotes>

<https://www.anf.org.br/o-desafio-de-empreender-nas-periferias>

[https://www-forbesbaxter-co-uk.translate.goog/seth-godin-quote-on-customers-and-products/? x tr sl=en HYPERLINK "https://www-forbesbaxter-co-uk.translate.goog/seth-godin-quote-on-customers-and-products/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc"& HYPERLINK "https://www-forbesbaxter-co-uk.translate.goog/seth-godin-quote-on-](https://www-forbesbaxter-co-uk.translate.goog/seth-godin-quote-on-customers-and-products/? x tr sl=en HYPERLINK \)

[customers-and-products/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc" x tr tl=pt](https://www-forbesbaxter-co-uk.translate.goog/seth-godin-quote-on-customers-and-products/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc)
[HYPERLINK "https://www-forbesbaxter-co-uk.translate.goog/seth-godin-quote-on-customers-and-products/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc"& HYPERLINK](https://www-forbesbaxter-co-uk.translate.goog/seth-godin-quote-on-customers-and-products/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc)
[customers-and-products/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc" x tr hl=pt](https://www-forbesbaxter-co-uk.translate.goog/seth-godin-quote-on-customers-and-products/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc)
[HYPERLINK "https://www-forbesbaxter-co-uk.translate.goog/seth-godin-quote-on-customers-and-products/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc"& HYPERLINK](https://www-forbesbaxter-co-uk.translate.goog/seth-godin-quote-on-customers-and-products/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc)
["https://www-forbesbaxter-co-uk.translate.goog/seth-godin-quote-on-customers-and-products/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc" x tr pto=tc](https://www-forbesbaxter-co-uk.translate.goog/seth-godin-quote-on-customers-and-products/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc)

<https://marketing-wharton-upenn-edu.translate.goog/profile/jberger/? x tr sl=en> HYPERLINK
["https://marketing-wharton-upenn-edu.translate.goog/profile/jberger/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc"& HYPERLINK](https://marketing-wharton-upenn-edu.translate.goog/profile/jberger/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc) "https://marketing-wharton-upenn-edu.translate.goog/profile/jberger/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc" x tr tl=pt HYPERLINK "https://marketing-wharton-upenn-edu.translate.goog/profile/jberger/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc"& HYPERLINK "https://marketing-wharton-upenn-edu.translate.goog/profile/jberger/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc" x tr hl=pt HYPERLINK "https://marketing-wharton-upenn-edu.translate.goog/profile/jberger/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc"& HYPERLINK "https://marketing-wharton-upenn-edu.translate.goog/profile/jberger/? x tr sl=en& x tr tl=pt& x tr hl=pt& x tr pto=tc" x tr pto=tc