

**Digitalização de Negócios: Vantagens e Desvantagens para os Empreendedores Informais**

Raquel Teixeira de Melo Albino

ISCAP, P. Porto, Portugal

## **Resumo**

O empreendedorismo informal representa uma grande parte dos negócios, pois existem barreiras à entrada no mercado, no setor formal, que levam os indivíduos a optar por este tipo de empreendedorismo.

O presente artigo tem como finalidade perceber o contexto do empreendedorismo informal, entender quais os motivos para os indivíduos e as empresas escolherem esse caminho, assim como as vantagens e desvantagens do empreendedorismo informal.

Desta forma, foi realizada uma pesquisa em várias bases de dados e aplicou-se certos fatores de inclusão e exclusão, até que ficámos com os artigos mais relevantes. Entre os principais resultados, pode-se destacar que o empreendedorismo informal é mais predominante em países em desenvolvimento e que está muito ligado às características sociodemográficas dos indivíduos. Conclui-se também que as plataformas online, principalmente, as redes sociais, são um canal facilitador do empreendedorismo informal, devido à diminuta necessidade de custos e infraestruturas para iniciar um negócio online.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Economia Informal, Empreendedorismo Informal, Digitalização, Organização, Europa, Redes Sociais, Online, Internet.

## **Abstract**

Informal entrepreneurship represents a large portion of business, there are barriers to market entry in the formal sector that lead individuals to choose this type of entrepreneurship.

The purpose of this paper is to understand the context of informal entrepreneurship, to understand what the reasons for individuals and companies are to choose this path, as well as the advantages and disadvantages of informal entrepreneurship.

Thus, a search was conducted in several databases and applied certain inclusion and exclusion factors until we were left with the most relevant articles. Among the main results, it can be highlighted that informal entrepreneurship is more prevalent in developing countries and that it is very much linked to the sociodemographic characteristics of individuals. It is also concluded that online platforms, mainly, social networks, are a facilitating channel for informal entrepreneurship, due to the diminished need for costs and infrastructure to start an online business.

Keywords: Entrepreneurship, Informal Economy, Informal Entrepreneurship, Digitalization, Organization, Europe, Social Networks, Online, Internet.

## **Introdução**

O empreendedorismo informal consiste na atividade de indivíduos ou empresas que operam fora dos quadros legais ou regulamentares (Loayza, 2016). A economia informal representa um mercado indomado onde o Estado desaparece quase na sua totalidade (Portes & Haller, 2010). Alguns estudos demonstraram que o empreendedorismo informal pode ser orientado para a criatividade e o crescimento, uma vez que os empresários recorrem a laços informais como substituto de regulamentos formais ineficazes e corruptos para se dedicarem a atividades legítimas e produtivas (Ault & Spicer, 2020).

Desta forma, a questão inicial de pesquisa deste artigo é “quais as vantagens e desvantagens da digitalização para os empreendedores informais?” e a motivação para a realização do mesmo foi a necessidade de se perceber de que maneira é que a digitalização dos negócios contribui para o aumento do empreendedorismo informal, tendo em conta o contexto europeu.

Para atingir este objetivo, foi realizada uma revisão de literatura sobre os diversos conceitos, de maneira a compreender quais são as vantagens e as barreiras ao empreendedorismo informal e qual a sua relação com os canais de venda online disponíveis.

O artigo apresenta a seguinte estrutura: Abordagem Metodológica, Conceito de Empreendedorismo Informal, Contexto Europeu do Empreendedorismo Informal, Vantagens e Desvantagens do Empreendedorismo Informal e as motivações dos empreendedores, o contexto europeu relativo à digitalização dos negócios, a relação entre as redes sociais e o empreendedorismo, discussão e conclusão.

### **Abordagem Metodológica**

A abordagem metodológica, no presente artigo, consistiu na realização de uma revisão de literatura integrada sobre o empreendedorismo informal e sobre como o uso de ferramentas digitais pode influenciar a performance dos empreendedores informais.

A questão inicial de pesquisa foi “qual o impacto da digitalização no empreendedorismo informal?”, posteriormente, foram identificadas outras questões, tais como: “quais as motivações dos empreendedores para a entrada na economia informal?”, “Qual a evolução do empreendedorismo informal na UE?”, “As redes sociais influenciam de alguma forma o empreendedorismo informal?”, “Quais as vantagens e desvantagens do empreendedorismo informal?”

Com o intuito de responder às questões mencionadas, foi realizada uma pesquisa, entre 10 de abril e 14 de Maio de 2022, nas bases de dados – Google Scholar, Research Gate e B-on. Inicialmente, foram identificadas as seguintes palavras-chave: “empreendedorismo informal”,

“europa”, “digitalização”, “social media”, “economia informal”, “políticas”, “motivações”, “negócio”.

Da pesquisa efetuada foi possível identificar cerca de cinquenta artigos científicos. Para escolher quais os mais relevantes para a temática, existiu uma leitura dos resumos dos artigos, onde foi possível excluir cerca de trinta artigos. Devido ao facto de existir um número muito elevado de artigos, foi necessário aplicar alguns filtros de pesquisa avançada, nomeadamente se pelo menos duas palavras-chave estavam presentes no resumo do artigo. Um fator que também foi tido em conta foi se os artigos eram referenciados noutros artigos.

## **Revisão de Literatura**

### **Conceito de Empreendedorismo Informal**

O empreendedorismo é descrito como a capacidade individual de transformar ideias em ações envolvendo criatividade e inovação, assim como a capacidade de planeamento e gestão de projetos. O empreendedorismo informal consiste na atividade de indivíduos ou empresas que operam fora dos quadros legais ou regulamentares (Loayza, 2016).

Webb et al. (2009) define este tipo de empreendedorismo como um conjunto de atividades ilegais, mas legítimas, através das quais os indivíduos exploram oportunidades de negócio. Esta definição coloca o empreendedorismo informal no cruzamento entre a legalidade e a legitimidade. No entanto, outros autores salientam que os empreendedores informais consideram impossível cumprir os procedimentos burocráticos que o governo põe em prática, ao operar na economia informal, as pequenas, médias e microempresas podem evitar a regulamentação e a burocracia governamental, reduzindo assim os custos e aumentando a criação de riqueza (Sallah & Williams, 2016). Porém, na sua grande maioria o empreendedorismo informal está associado a empresas familiares, empreendedorismo comunitário, trabalho a partir de casa, empresas emergentes e autoemprego (Webb Bruton, Tihanyi, & Ireland, 2013). Estes negócios de menor dimensão, envolvem, na sua maioria, atividades empresariais cujo registo oficial não é muitas vezes obrigatório (Ligthelm, 2011).

Atualmente, devido aos diversos estudos realizados sobre esta temática, gerou-se um crescente nível de reconhecimento do empreendedorismo informal, na medida em que os empresários, quer parcialmente, quer totalmente, operam ou operaram no sector informal, especialmente quando começaram o seu negócio (Bureau & Fendt, 2011, Smith & McElwee, 2013). Mais de dois terços das empresas no mundo, numa fase inicial, operaram no sector informal (Autio & Fu, 2015). Nas últimas décadas, o setor informal nos países em desenvolvimento representa entre 40 a 60% do PIB (Williams & Schneider, 2013), muitos trabalhadores independentes obtêm a sua principal fonte de rendimento através de uma atividade não registada/informal. Williams

(Williams, 2017) observa ainda que o número de empresários no setor informal é mais elevado do que as estatísticas existentes, pois é desconhecido qual a totalidade de empresas informais, uma vez que não estão registadas.

### **Empreendedorismo Informal – Determinantes Sociodemográficos, contexto europeu**

A literatura sobre o empreendedorismo informal tem evoluído, através do alargamento do seu âmbito de análise a questões como as características dos empreendedores informais (Williams & Nadin, 2012) e quais os motivos para a escolha do setor informal (Anderson & Smith, 2007). Existem fatores determinantes que podem influenciar a escolha do empreendedor de realizar o seu negócio de forma registada ou não, tais como, a idade, o nível académico ou a aversão ao risco. Se analisarmos o fator idade, podemos observar que os jovens adultos têm maior probabilidade de ingressar num projeto empreendedor do que os adultos. Um estudo realizado pela Comissão Europeia (Commission, 2020), revela que cerca de metade dos jovens preferem ser empreendedores informais do que trabalharem como empregados, no entanto, cerca de um terço das pessoas com mais de 40 anos referem o oposto. Em 2017, 6,6% dos jovens trabalhadores, entre os 20 e os 29 anos, na UE eram trabalhadores independentes, sendo que o país com a maior percentagem de empreendedorismo informal jovem foi a Grécia com 13,5%, seguindo-se a Itália com 13,4%, e Roménia com 11,3%. Já os países com menor taxa de empreendedorismo informal são a Irlanda, 2,9%, e a Alemanha, 3% (Commission, 2020).

Defende-se que o envolvimento em atividades informais é influenciado, em grande parte, pela facilidade de acesso ao crédito, bem como à educação e níveis iniciais de riqueza. No contexto europeu, o trabalho informal é mais comum no sector dos serviços domésticos, por exemplo, serviços de limpeza (25%), na indústria da construção (19%) e no sector dos serviços pessoais, por exemplo, cabeleireiros (11%) (Marchese et al., 2015).

De acordo com Espinal e Grasmuck (1997), as características sociodemográficas dos indivíduos podem refletir o perfil do empreendedor informal. Os mais envolvidos em atividades empreendedoras informais são os homens, os jovens, os estudantes, os desempregados, os trabalhadores independentes e os que vivem nas zonas rurais. Curiosamente, as mulheres ganham menos dinheiro do que os homens em situações de autoemprego não registado e declarado (Williams et al., 2012). Segundo dados da GEM Global Entrepreneurship Monitor (2017/2018), os países com maior percentagem de jovens empreendedores, no ano de 2017, foram a Lituânia (7,9%), Letónia (7,7%), Roménia (7,0%), Países Baixos (7,0%), e Estónia (6,2%). Conseguimos concluir que as variáveis sociodemográficas influenciam a escolha do empreendedor entre a formalidade e a informalidade da sua atividade comercial. Neste caso,

quanto maior for a população ativa, maior será o nível de empreendedorismo informal. Existem dois conjuntos de fatores diferentes aplicáveis para explicar as razões que levam os indivíduos a envolverem-se no empreendedorismo informal (Laing, 2021). Em primeiro lugar, o sector informal emerge das estratégias de sobrevivência dos indivíduos e das suas famílias dentro de um ambiente económico no qual existem apenas limitações às oportunidades de rendimento (Portes & Böröcz, 1988). Em segundo lugar, as atividades comerciais no sector informal derivam de comportamentos racionais dos empresários que procuram evitar as regras e regulamentos impostos pelo Estado.

### **Empreendedorismo Informal – Determinantes Contextuais**

A economia informal desempenha um papel importante na abordagem das questões socioeconómicas que muitas nações enfrentam. Desta forma, existem fatores conjunturais, como a tecnologia ou o contexto socioeconómico e político dos países, que também influenciam a escolha entre a formalidade ou a informalidade do negócio (Figueiredo & Brochado, 2015).

Podemos identificar fatores do lado da procura, como as oportunidades económicas, e fatores relacionados com a qualidade do governo. Conclui-se que as oportunidades económicas, incluindo o desenvolvimento financeiro, a inovação e a maioria dos indicadores de qualidade da governação, incluindo a governação económica, política e institucional, aumentam empreendedorismo formal e diminuem o empreendedorismo informal (Omri, 2020). Além disso, relativamente ao impacto dos fatores do lado da procura, as nossas conclusões mostram um forte apoio à teoria do desenvolvimento económico do Schumpeter's que sublinha que a natureza de desequilíbrio inerente à dinâmica do mercado desempenha um papel significativo na compreensão da natureza das atividades empreendedoras e das suas funções no sistema económico (Śledzik, 2013).

### **Vantagens e Desvantagens do Empreendedorismo Informal**

Os efeitos do empreendedorismo informal na economia são mistos, uma vez que as empresas informais podem ser uma fonte de concorrência desleal para o sector formal. No entanto, é geralmente aceite que as desvantagens do empreendedorismo informal superam as vantagens nas economias desenvolvidas, fornecendo fundamentação para as estratégias de formalização que a Comissão Europeia e os governos nacionais da UE procuram ativamente prosseguir (Marchese et al., 2015). Esta secção esboça os aspetos negativos e positivos do empreendedorismo informal para os empreendedores.

O empresário informal tem a oportunidade de fazer lucros mais rapidamente, devido à redução dos custos do arranque do negócio, tirando partido de disposições de trabalho mais flexíveis. Algumas destas vantagens são especialmente importantes para os grupos socialmente desfavorecidos, pois a possibilidade de diminuir o investimento inicial é mais apreciada pelos jovens adultos ou desempregados, enquanto a flexibilidade beneficiará sobretudo mulheres que precisam de combinar o trabalho e a família (Marchese et al., 2015). Por sua vez, Cling (2012) sustenta que um dos motivos de recurso à economia informal é a legislação e as dificuldades burocráticas que os indivíduos, muitas vezes com baixos níveis de financiamento e recursos, encontram ao tentarem formalizar o seu negócio (Santos, 2021).

No entanto, o empreendedorismo informal também apresenta desvantagens, em primeiro lugar, estes empresários terão menos probabilidade de fazer crescer o seu negócio a partir de um certo limiar, uma vez que não podem pedir empréstimos bancários, participar em concursos públicos ou apresentar candidaturas a programas públicos. Em segundo lugar, a formalização futura pode tornar-se dispendiosa, se for obrigado a pagar por obrigações fiscais e de segurança social passadas. Por último, os empreendedores informais têm poucos meios legais a que recorrer no caso de pagamento tardio ou parcial, o que pode revelar-se especialmente prejudicial para aqueles que já têm pouca familiaridade com o funcionamento do sistema legal (Marchese et al., 2015).

### **A Digitalização dos Negócios – Consumo Online no contexto Europeu**

A venda de bens e serviços online é um modelo de negócio que atrai cada vez mais os empreendedores, devido às reduzidas barreiras de entrada e aos custos operacionais inferiores, devido ao facto de se vender diretamente ao consumidor. Em 2016, cerca de 40% dos portugueses realizou, pelo menos, uma compra online, no entanto, devido a pandemia, observou-se um aumento do consumo online de produtos e serviços em Portugal, segundo dados do Eurostat, mais de 60% dos cidadãos portugueses realizaram, pelo menos, uma compra online em 2021 (Eurostat, 2022).

Contudo, existem barreiras que impedem o sucesso destes negócios, muitas das pequenas empresas perdem competitividade face às de maior dimensão, por não conseguirem oferecer um bom serviço de gestão de pedidos de troca e devolução, fator determinante para um cliente escolher comprar através da Internet (Silva, 2018). Desta forma, com o objetivo de diminuir estas limitações muitos empreendedores optam por venderem, de forma informal, os seus produtos em *Marketplaces* ou nas Redes Sociais, pois oferecem uma exposição global, sem necessidade da criação e promoção de uma loja online.

Num estudo realizado pela Comissão Europeia, “Digital Economy & Society in the U.E. 2018” (Brahem & Boussema, 2022), conclui-se que o número de compradores online tem vindo a aumentar, 68% dos inquiridos revela ter comprado online no último ano, O nível de qualificações também foi um fator determinante no perfil dos consumidores online europeus. Apenas 47% dos inquiridos, com baixas qualificações académicas, efetuaram compras online, em contrapartida, 82% dos inquiridos, com grau académico superior, afirmaram ter comprado online em 2017.

Em 2017, a Holanda, com 82%, e a Suécia, com 82%, foram os países com a maior percentagem de indivíduos a comprar online. Segundo a associação Europe Ecommerce (Silva, 2018), países como o Reino Unido, a França, a Alemanha ou a Espanha, em conjunto, detêm a maior quota de mercado de comércio eletrónico (B2B e B2C) no continente europeu (68,22%). Por último, as grandes empresas detêm mais do dobro de quota de mercado (44%) em comparação com as PME's, onde apenas 76% têm uma presença online. De facto, as pequenas empresas tendem a ter maiores dificuldades de financiamento, diminuindo a probabilidade de assegurarem investimento em novas tecnologias.

### **O impacto das Redes Sociais no Empreendedorismo Informal**

O empreendedorismo nos meios de comunicação social deve ser tratado como uma forma distinta de empreendedorismo (Brahem & Boussema, 2022). Devido às suas especificidades distingue-se dos modelos clássicos de empreendedorismo e distingue-se também de outros tipos de empreendedorismo que utilizam tecnologias semelhantes.

Um estudo de Brahem e Boussema (2022), no qual foram realizadas entrevistas a 24 mulheres empreendedoras, com o objetivo de entender os fatores que levam as mulheres a desenvolver um negócio no Facebook, conclui-se que os meios de comunicação social abrem novos horizontes e oportunidades empresariais para as mulheres prosseguirem a sua atividade empreendedora. Percebemos também que características vantajosas do Facebook capacitaram as mulheres a criar redes de clientes, potenciando o uso de ferramenta de marketing sem custos. Adquiriram uma atitude positiva em relação ao empreendedorismo informal, no entanto, a procura pelo crescimento do negócio leva à necessidade de formalização. Por último, conclui-se que a natureza informal dos negócios no Facebook é atrativa, pois a formalização continua a ser um desafio para a maioria das mulheres.

Quando comparado o empreendedorismo relativo ao comércio eletrónico com o empreendedorismo nas redes sociais, observamos que existem diferenças nas infraestruturas necessárias para a atividade do negócio (Shemi & Procter, 2018). No comércio eletrónico as

compras e vendas são feitas através de um website ou uma loja online. Assim, as infraestruturas usadas pelos empreendedores permitem que haja nos seus websites, motores de pesquisa, vendas online, sistemas de rastreio de encomenda e um sistema de pagamento através de meios de pagamento eletrónicos. Já os empreendedores que atuam nas redes sociais ou marketplaces, não precisam de tal infraestrutura, é apenas necessário criar uma conta numa rede, como o Instagram ou Facebook, e comercializar produtos para os seus seguidores. Neste caso, não existe nenhum rasto que confirme que o pagamento é efetuado. Só precisam de acesso à Internet e de oportunidade económica (Khajeheian, 2013).

### **Discussão**

Assim, entre os principais resultados, pode-se destacar que o empreendedorismo informal é mais predominante em países em desenvolvimento e que está muito ligado às características sociodemográficas dos indivíduos. Conclui-se também que as plataformas online, principalmente, as redes sociais, são um canal facilitador do empreendedorismo, devido à diminuta necessidade de custos e infraestruturas para iniciar um negócio online.

Ao longo da revisão foram abordadas as vantagens e desvantagens que a escolha por o empreendedorismo informal acarreta, desde a diminuição dos custos de iniciar um negócio (vantagem), até à dificuldade de escalar o mesmo quando não está registado (desvantagem).

Apesar dos vários casos de empreendedorismo informal apontados, desde estatísticas até entrevistas, não foi encontrada informação relevante que relacionasse os empreendedores informais europeus e os negócios online. Também seria benéfico perceber, dentro da Europa, quais as estratégias usadas por este tipo de empreendedores ao realizarem as suas atividades online de forma informal, em redes sociais, websites ou *Marketplaces*.

Enquanto os estudos anteriores concentraram-se principalmente nos fatores influenciadores do empreendedorismo informal e sobretudo em economias emergentes, este estudo visa fornecer uma discussão diferente sobre os impactos da digitalização no empreendedorismo informal num contexto de uma economia europeia.

Assim, com esta revisão de literatura é possível determinar 4 proposições de investigação:

1. Existe um crescimento do empreendedorismo informal na Europa desde o primeiro confinamento, em março de 2020?
2. A digitalização dos pequenos negócios impulsiona o empreendedorismo informal?
3. As redes sociais são ferramentas digitais facilitadoras do crescimento do empreendedorismo informal?

4. O uso das ferramentas digitais influencia positivamente a performance dos empreendedores informais?

### **Conclusão**

O propósito deste artigo foi perceber qual a situação atual do empreendedorismo informal na Europa e perceber de que forma a internet veio facilitar este tipo de empreendedorismo. É notório que a facilidade de começar uma atividade de comércio online, devido à menor necessidade de custos e infraestruturas, acrescenta uma vantagem aos empreendedores, principalmente os que atuam numa economia informal.

A relevância do estudo prende-se com a importância de perceber como é que a digitalização pode impactar o empreendedorismo informal ao nível do empreendedor e do negócio, no contexto europeu.

## Referências

- Commission, O. (2020). *Policy brief on recent developments in youth entrepreneurship*. Paris: OECD Publishing.
- Eurostat. (2022). *Estatísticas de comércio eletrônico para pessoas físicas*.
- Silva, D. d. (2018). *Barreiras ao e-commerce no mercado europeu*. Instituto Superior de Economia e Gestão.
- Anderson, A., & Smith, R. (2007). The moral space in entrepreneurship: An exploration of ethical imperatives and the moral legitimacy of being enterprising. *Entrepreneurship & Regional Development, 19*. <https://doi.org/10.1080/08985620701672377>
- Ault, J. K., & Spicer, A. (2020). The formal institutional context of informal entrepreneurship: A cross-national, configurational-based perspective. *Research Policy, 104160*. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2020.104160>
- Autio, E., & Fu, K. (2015). Economic and political institutions and entry into formal and informal entrepreneurship. *Asia Pacific Journal of Management, 32*(1), 67–94. <https://doi.org/10.1007/s10490-014-9381-0>
- Brahem, M., & Boussema, S. (2022). Social media entrepreneurship as an opportunity for women: The case of Facebook-commerce. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation, 14657503211066010*. <https://doi.org/10.1177/14657503211066010>
- Bureau, S., & Fendt, J. (2011). Entrepreneurship in the Informal Economy: Why it Matters. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation, 12*, 85–94. <https://doi.org/10.5367/ijei.2011.0026>

- Cling, J.-P., Razafindrakoto, M., & Roubaud, F. (2012). To be or not to be registered? Explanatory factors behind formalizing non-farm household businesses in Vietnam. *Journal of the Asia Pacific Economy*, 17(4), 632–652.  
<https://doi.org/10.1080/13547860.2012.724553>
- Espinal, R., & Grasmuck, S. (1997). Gender, Households and Informal Entrepreneurship in the Dominican Republic. *Journal of Comparative Family Studies*, 28(1), 103–128.
- Figueiredo, V., & Brochado, A. O. (2015). Assessing the main determinants of entrepreneurship in Portugal. *Management Studies*, 9.
- GEM Global Entrepreneurship Monitor. (sem data). GEM Global Entrepreneurship Monitor. Obtido 15 de maio de 2022, de <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2017-2018-global-report>
- Khajeheian, D. (2013). New Venture Creation in Social Media Platform; Towards a Framework for Media Entrepreneurship. Em *Handbook of Social Media Management: Value Chain and Business Models in Changing Media Markets* (p. 18). [https://doi.org/10.1007/978-3-642-28897-5\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-642-28897-5_8)
- Laing, E., van Stel, A., & Storey, D. J. (2021). Formal and informal entrepreneurship: A cross-country policy perspective. *Small Business Economics*. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00548-8>
- Ligthelm, A. A. (2011). *An Analysis Of Entrepreneurship Variation In Small (Informal) Business Sustainability In South Africa*. Washington: International Council for Small Business.
- Loayza, N. V. (2016). Informality in the Process of Development and Growth. *The World Economy*, 39(12), 1856–1916. <https://doi.org/10.1111/twec.12480>
- Marchese, M., European Commission, (Paris, F. (2015). *Policy brief on sustaining informal entrepreneurship: Entrepreneurial activities in Europe*. Publications Office.  
<http://bookshop.europa.eu/uri?target=EUB:NOTICE:KEBE14003:EN:HTML>

- Omri, A. (2020). Formal versus informal entrepreneurship in emerging economies: The roles of governance and the financial sector. *Journal of Business Research*, 108, 277–290.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.027>
- Portes, A., & Böröcz, J. (1988). The Informal Sector under Capitalism and State Socialism: A Preliminary Comparison. *Social Justice*, 15(3/4 (33-34)), 17–28.
- Portes, A., & Haller, W. (2010). The informal economy. *The Handbook of Economic Sociology*, 403–425.
- Sallah, A., & Williams, C. C. (2016). Re-theorising the role of the informal economy in Sub-Saharan Africa: Some lessons from Gambia. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business (IJESB)*, 28(2/3), 195–215.
- Santos, E., Fernandes, C. I., & Ferreira, J. J. (2021). The driving motives behind informal entrepreneurship: The effects of economic-financial crisis, recession and inequality. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 22(1), 5–17.  
<https://doi.org/10.1177/1465750320914788>
- Shemi, A. P., & Procter, C. (2018). E-commerce and entrepreneurship in SMEs: Case of myBot. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(3), 501–520.  
<https://doi.org/10.1108/JSBED-03-2017-0088>
- Śledzik, K. (2013). Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2257783>
- Smith, R., & McElwee, G. (2013). The embeddedness of illegal entrepreneurship in a closed ethnic community. *International Journal of Business and Globalisation*, 11(1), 45–62.  
<https://doi.org/10.1504/IJBG.2013.055315>
- Webb, J. W., Bruton, G. D., Tihanyi, L., & Ireland, R. D. (2013). *Research on entrepreneurship in the informal economy: Framing a research agenda*. Volume 28, 598–614.

- Webb, J. W., Tihanyi, L., Ireland, R. D., & Sirmon, D. G. (2009). You Say Illegal, I Say Legitimate: Entrepreneurship in the Informal Economy. *Academy of Management Review*, *34*(3), 492–510. <https://doi.org/10.5465/amr.2009.40632826>
- Williams, C. C. (2017). *Entrepreneurship in the Informal Sector: An Institutional Perspective*. Routledge.
- Williams, C. C., Nadin, S., & Windebank, J. (2012). Evaluating the Prevalence and Nature of Self-Employment in the Informal Economy: Evidence From a 27-Nation European Survey. *European Spatial Research and Policy*, *19*(1), 129–142. <https://doi.org/10.2478/v10105-012-0010-y>
- Williams, C. C., & Schneider, F. (2013). *The Shadow Economy*. Institute of Economic Affairs, London. <https://doi.org/10.13140/2.1.1324.1286>
- Williams, C., & Nadin, S. (2012). Tackling entrepreneurship in the informal economy: Evaluating the policy options. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, *1*. <https://doi.org/10.1108/20452101211261408>