

ENSAIOS

A RIQUEZA DAS FAVELAS, O PODER ECONÔMICO DA MULTIDÃO ESCONDIDO ENTRE MORROS E VIELAS: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE OS EMPREENDEDORES DAS MAIORES FAVELAS DO BRASIL E DA ARGENTINA – ROCINHA E VILLA 31

RESUMO

O presente ensaio tem por objetivo analisar e compreender o modo e como o micro e pequenos empreendedores das principais favelas dos países estudados utilizam os conceitos teóricos da administração e do marketing, no desenvolvimento de seus empreendimentos. A pesquisa ocorre na Villa 31, cidade de Buenos Aires, Argentina e, na comunidade da Rocinha, cidade do Rio de Janeiro, Brasil, entrelaçando temas ao longo do estudo que passam de favelas ao empreendedorismo de micro e pequenas empresas até políticas públicas existentes para tal setor. A evolução do conceito de empreendedorismo, bem como o crescimento das favelas, tornou as políticas públicas cada vez menos eficazes. Dessa forma, o papel do marketing se torna essencial para o possível crescimento dos empreendimentos dentro dessas favelas.

Palavras-chave: Favela. Empreendedor. Micro e Pequenas Empresas. Políticas Públicas. Marketing.

1 INTRODUÇÃO

Relacionar variáveis do marketing e do empreendedorismo ao termo “Favela” ou *Villa Miséria* não faz muito sentido ao bom tom das revistas especializadas quanto aos temas, tanto de um quanto de outro. A relação entre esses dois elementos não deve ser ignorada, pois, apesar de não estar em evidência, ganha força tanto no aspecto social, quanto econômico. Por isso, este ensaio surge da importância e da evolução do marketing, junto às demais ciências e comportamentos da sociedade como um todo.

Para tanto, o estudo tem como base uma análise comparativa da utilização do Mix de Marketing, também conhecido como Composto de Marketing, entre micro e pequenos empreendedores que atuam na favela da Rocinha, na cidade do Rio de Janeiro e na Villa 31, localizada em Buenos Aires, Argentina. Ao entrevistar os empresários das favelas do Brasil, buscou-se entender o nível de conhecimento sobre os princípios de marketing e sua utilização no

Vinicius Mendes Lima
vinimarketing@yahoo.com.br
Mestre em Marketing
Estratégico. Professor da
Universidad de Ciencias
Empresariales y Sociales,
UCES, Argentina.

desenvolvimento dos respectivos negócios, visando a melhorias no âmbito financeiro e mercadológico dos empreendimentos.

Foram analisados dados qualitativos de uma pesquisa exploratória, seguidos de uma análise quantitativa e descritiva sobre os 30 entrevistados, escolhidos aleatoriamente. Por fim, um cruzamento de dados possibilitou conclusões e resultados significativos sobre o tema que serão apresentados a seguir.

Fundamental para compreensão da pesquisa realizada junto aos empreendedores da Rocinha e Villa 31, a análise do Marketing está centrada nos famosos 4P's: *Product, Price, Place e Promotion*. Traduzidos como Produto, Preço, Praça e Promoção que são conhecidos como Composto de Marketing, ou Mix de Marketing, dos empresários oriundos das favelas. Criado em 1949, por Neil Borden e aprimorado por McCarthy da Universidade de Michigan em 1960, esse Composto foi exposto ao mundo acadêmico e à esfera da administração por Kotler e Keller (2006). Dentro de cada um dos quatro itens, criatividade e inovação são fatores primordiais para a sobrevivência das micro e pequenas empresas no submundo das vilas e favelas.

A partir de uma pesquisa histórica sobre as crises financeiras mundiais que deram origem aos aglomerados subnormais, percebe-se que, nestes espaços, que não desfrutam de saneamento básico e não têm acesso a maioria dos serviços públicos, convive-se diariamente com o tráfico de drogas e com a violência. Além do perfil analisado, os empreendedores entrevistados apresentaram seus conhecimentos sobre a função e a eficácia das políticas públicas existentes.

2 FUNDAMENTOS PARA A ANÁLISE

Podemos chamar de *favela* um aglomerado subnormal composto de uma quantidade mínima de 51 unidades habitacionais, feitas de madeira, papel e resíduos que auxiliam a fechá-las. Ocupam terrenos de propriedade alheia e são dispostas, em geral, de forma desordenada e

densa, não sendo atendidas pelos serviços públicos essenciais, conforme Neri (2010).

De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU), no estudo ONU-HABITAT (2012), para ser chamada de *favela*, uma comunidade deve levar em consideração cinco características: acesso inadequado à água potável, falta de infraestrutura ou saneamento básico, aglomeração de moradias, estrutura pobre de construção das casas e residências inseguras.

Conforme Valladares (2005), a nomenclatura *favela* surge em 1897, quando as tropas advindas de Canudos – conflito ocorrido em 1897 no sertão brasileiro –, sem paradeiro na cidade do Rio de Janeiro, acabaram ocupando os morros. O morro da Providência, no centro da cidade, foi o primeiro a ser ocupado, ganhando o nome de Morro da Favela, em alusão a outro existente na região de Canudos.

Em uma visão mais política, as favelas são produtos de políticas falidas, maus governos, corrupção, sistemas financeiros irresponsáveis e falta de vontade política. Esses elementos também fundamentam o surgimento e nomeiam as chamadas *Villas de Emergencia* ou *Villas Miseria*, na Argentina. Assim como, as *Chabolos* na Espanha, *Cantegriles* no Uruguai, *Poblaciones Callampas* no Chile e *Ranchos* na Venezuela. No Peru, são chamadas de *Pueblos Jóvenes*, enquanto no Paraguai são conhecidas como *Chacaritas*, segundo Garcia (2007).

De acordo com Davis (2006), existem, aproximadamente 200 mil favelas no planeta. Em países Africanos, como Angola, Congo, Tanzânia e África do Sul, 71,9% da população urbana estão instaladas em favelas. Na América Latina e Caribe, essa população representa 31,9%. O número absoluto de moradores de favelas cresceu de 776,7 milhões, em 2000, para 827,6 milhões, em 2010. Isso significa que, desde 2000, 55 milhões de novos moradores de favelas foram agregados à população urbana global. Além disso, cerca de 500 milhões de pessoas não têm onde morar, podendo chegar, segundo o ONU-HABITAT, a três bilhões de pessoas vivendo em favelas no ano de 2050, se o mundo não enfrentar rápida urbanização.

O estudo alerta que a produção e o consumo de alimentos terão que evoluir em larga escala para conseguir manter a taxa estimada em 32% sobre o desperdício de comida em todo o mundo. É preciso obter um crescimento de 70% para alimentar o adicional de 2,3 bilhões de pessoas contabilizado para a população mundial em 2050.

2.1 ROCINHA VS. VILLA 31

2.1.1 Rocinha

O número de habitantes da Rocinha, maior favela do Brasil, segundo censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010), é um dado complexo de ser aferido. O mais próximo do real, segundo o Centro Lúdico da Rocinha, considera mais de 150.000 habitantes, com base no Estudo CIESPI, em 2011 (CENTRO INTERNACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS SOBRE A INFÂNCIA, 2011).

Com início na década de 1920, entre os morros da Praia da Gávea, atual São Conrado, a Rocinha teve como seus primeiros habitantes os operários das várias indústrias do bairro da Gávea e do Jardim Botânico. Todavia, o maior contingente advém do êxodo rural, a partir da crise econômica da cafeicultura na década de 1940, conforme o Instituto Pereira Passos (2011).

Segundo o Centro de Políticas Sociais, CPS, da Fundação Getúlio Vargas, a renda per capita mensal da Rocinha é de R\$ 220,00 (NERI, 2010). Segundo Neri (2010), isso está diretamente relacionado à questão da educação, considerando que a favela registra o menor nível de escolaridade do Rio de Janeiro, com uma média de 5,08 anos completos de estudo por seus habitantes.

2.1.2 Villa 31

Brener (1998) afirma que a Villa 31, um dos primeiros assentamentos de Buenos Aires, surgiu em 1930, em uma área próxima ao Porto da cidade e uma das grandes estações ferroviárias que ligam o centro ao norte do país. Os

seus primeiros habitantes eram de desempregados e suas famílias vinham do interior argentino devido à crise em 1929.

Ao longo do tempo, esses assentamentos, nascidos em um princípio de transição ou de emergência, tornaram-se permanentes. Assim, surgiu uma nova categoria social, o chamado “Villero”, com formas culturais e sociopolíticas próprias desta nova identidade. Hoje, de acordo com o censo de 2010, 163.587 pessoas vivem em vilas na capital federal de Buenos Aires. Vale salientar que esse número em 2001 era 107.422, representando um aumento de 52,3%. Na Villa 31, a população já chega a 40.000 habitantes e, segundo dados da Cooperativa de Mulheres Artesãs do local, a comunidade já passou do número de 120.000 pessoas.

A influência da imigração dos países limítrofes é grande. Os imigrantes constituem 70% dos habitantes das vilas da capital. Estima-se que chegue em média 11 famílias por dia nesses locais. Na Villa 31, por exemplo, 51% dos moradores são oriundos de outros países, sendo 23,9% paraguaios, 16,6% bolivianos e 9,8% peruanos.

2.2 EMPREENDEDOR VS. MIPYMES

O empreendedorismo ainda não é uma ciência, embora esteja entre as áreas com maior nível quantitativo e qualitativo de produção acadêmica. “*Generalmente, él no provoca el cambio por sí mismo. Pero, es solo que define el emprendedor y el emprendimiento: él está constantemente buscando el cambio, reacciona a él y lo explora como una oportunidad.*” (DRUCKER, 1987, p. 36).

Em economia, recursos ou fatores de produção são os elementos básicos utilizados na produção de bens e serviços, conforme definido pela Escola Clássica dos Economistas dos séculos XVIII e XIX. Entre os três recursos fundamentais estão terra, trabalho e capital. A partir da Segunda Revolução Industrial, a tecnologia passou a ser considerada o quarto fator de produção.

A economia moderna classifica o empre-

endedorismo como o quinto fator de produção e canal indutor de relações de mercado sustentáveis e duradouras. Nesse sentido, também é abarcado o conceito de empreendedorismo como um driver para o crescimento econômico, geração de emprego, inovação e produtividade.

2.3 PESQUISA GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Devido à importância do tema para a sustentabilidade econômica mundial, surge, em 1999, o Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Esse organiza uma pesquisa internacional, liderada pela London Business School e o Babson College (EUA), com o objetivo de avaliar o empreendedorismo no mundo a partir de indicadores comparáveis que permitem a identificação de fatores críticos que contribuem com a atividade empreendedora ou a inibem.

Os dados da pesquisa realizada em 2013 relevaram a existência de quatrocentos milhões de pessoas em 65 países que ganham a vida como empreendedores, com cobertura de 75% da população e 89% do PIB. Vale ressaltar que, desse número, 163 milhões são mulheres. Essas análises e projeções de crescimento indicam que o empreendedorismo é um motor econômico e uma valorosa esperança para levantar a economia mundial.

A pesquisa GEM (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2013) apresenta os 15 países mais empreendedores do mundo, segundo o índice de “novos empreendedores”:

- a) China: 24% de novos empreendedores;
- b) Chile: 23,7% de novos empreendedores;
- c) Peru: 22,9% de novos empreendedores;
- d) Trinidad e Tobago: 22,7% de novos empreendedores;
- e) Colômbia: 21,4% de novos empreendedores;
- f) Argentina: 20,8% de novos empreendedores;
- g) Panamá: 20,8% de novos empreendedores;

- h) Tailândia: 19,5% de novos empreendedores;
- i) Guatemala: 19,3% de novos empreendedores;
- j) Uruguai: 16,7% de novos empreendedores;
- k) Venezuela: 15,4% de novos empreendedores;
- l) Brasil: 14,9% de novos empreendedores;
- m) Irã: 14,5% de novos empreendedores;
- n) Eslováquia: 14,2% de novos empreendedores;
- o) Jamaica: 13,7% de novos empreendedores.

Nota-se que a China, a Argentina e o Chile estão acima da média na taxa de atividade empreendedora inicial, diferente dos países desenvolvidos, onde a taxa de “startups” está em desenvolvimento contínuo, como nos EUA e Austrália. Países populosos e com grandes territórios tendem a internacionalizar menos, como é o caso de Brasil, China, Argentina e Rússia.

Negócios voltados para o mercado consumidor e indústria são maioria entre países emergentes como Chile, Peru, Dinamarca e Polônia. As maiores taxas de empreendedores por necessidade (NE) estão em países latino-americanos e sul-africanos, sendo de até 70% com relação à TEA Geral. Assim, entende-se que, nessas regiões, os empreendedores não começam um negócio em razão de uma oportunidade que surge no mercado, mas sim em busca da sobrevivência.

É notável a representatividade da Argentina e do Brasil entre os países com maior taxa de novos empreendedores, ainda que possuam distintas adversidades na esfera política, econômica e social.

2.4 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

As MPE's, Micro e Pequenas Empresas, são reconhecidas principalmente por sua capilaridade em diferentes setores da economia. Essas empresas, além de absorver mão de obra naturalmente, possibilitam espaços para pessoas com maior dificuldade de inserção no mercado, como jovens em busca do primeiro emprego e pessoas com mais de 40 anos.

As micro e pequenas empresas dinamizam a economia dos municípios e bairros das grandes metrópoles, devido à sua flexibilidade e volatilidade ao lidar com as adversidades da economia como um todo. Segundo estudos realizados em 2013 pelo *Ministerio de Economía y Finanzas* Públicas, MECON (BOLÍVIA, 2013), as MPE's atuam de forma anticíclica, registrando maiores níveis de emprego mesmo em épocas de recessão econômica, nas quais há o aumento do nível de desemprego.

Em números efetivos, as MPE's na Argentina representam:

- a) 99% das empresas existentes (603 mil empresas);
- b) 51% dos postos de trabalho;
- c) 44% do PIB;
- d) 6.732 milhões de empreendedores.

No Brasil, os números percentuais são os seguintes:

- a) 98,5% das empresas existentes (9 milhões de empresas);
- b) 52% dos postos de trabalho;
- c) 27% do PIB;
- d) 27 milhões de empreendedores.

Segundo as leis vigentes na Argentina, considera-se micro, pequena ou média empresa, negócios com faturamento de até \$ 250.000.000 pesos, ou R\$ 67.000.000 (câmbio do dia R\$1,00 X \$3,70 pesos). No Brasil, as MPE's são aquelas que não ultrapassam o valor de R\$ 3.600.000 reais.

2.5 A INFORMALIDADE: BRASIL X ARGENTINA

No Brasil, o contingente de mão de obra informal chega a 44,2 milhões de pessoas, segundo estudos do IBGE, em 2010 (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2010). Isso representa 22% do total da população brasileira, estimada em aproximadamente 193 milhões de pessoas. Já na Argentina, a quantidade de trabalhadores não formalizados chega a 40% do número de empregos formais, ou seja, cerca de quatro milhões de pessoas trabalhando informalmente no país.

As *saladitas*, pequenos centros comerciais criados a partir de lonas e barracas, comercializam produtos ilegalmente em diversas regiões da Argentina, principalmente na capital. De acordo com a Confederación Argentina de la Mediana Empresa - CAME (2014), existem aproximadamente 520 *saladitas* em funcionamento na Argentina. O número de *manteros*, vendedores ambulantes que comercializam ilegalmente produtos falsificados, aumenta a cada dia. Hoje, são estimados em torno de 37.000 *manteros* em todo o país.

2.6 POLÍTICAS PÚBLICAS

Tanto no Brasil como na Argentina, existem políticas públicas direcionadas para o setor de MPE's. Elas acontecem por meio de programas para o desenvolvimento de diferentes tipos de negócios e agem, em sua maioria, no fomento financeiro das empresas.

Todavia, dados revelam que os governos brasileiro e argentino direcionam apenas 0,085% e 0,004% dos PIBs, respectivamente, para esse setor. A partir das entrevistas realizadas neste estudo, conclui-se que os empreendedores das favelas em foco não conhecem e tampouco utilizam os benefícios oferecidos pelo governo.

No Brasil, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e às Pequenas Empresas (SEBRAE) (2010), é o principal órgão atuante junto aos pequenos empreendedores. Presente em todos os estados do país, possui 336 postos de atendimento próprio e 452 por meio de parceiros. Além disso, conta com 4,5 mil funcionários e 12 mil consultores externos. Entre os serviços oferecidos estão cursos, palestras, treinamentos, promoção em feiras de negócios, publicações e consultoria.

O "*BA Empreende*" é um programa novo da cidade de Buenos Aires que possui propostas semelhantes de apoio ao empreendedor local, desde capacitações até programas de fomento financeiro. Entretanto, ainda é recente para apresentar números relevantes ao estudo.

2.7 ANÁLISE COMPARATIVA

Este quadro apresenta a análise comparativa entre empreendedores e a utilização do Composto de Marketing.

Variável	Villa 31	Rocinha
Análise de mercado	Não	Sim
Preço (estratégia/formação)	Não	Não
Promoção (uso)	Sim	Sim
Promoção (comunicação)	Boca a boca	Internet
Praça	Bem	Bem
Produto (qualidade/estudo/marca)	Sim	Sim

Quadro 1 - Empreendedores X Composto de marketing

Fonte: elaborado pelo autor (2015).

2.7.1 Análise comparativa do perfil dos empresários

Variável	Villa 31	Rocinha
Sexo (predominante)	Mulheres	Homens
Idade (predominante)	33 anos	37 anos
Raça (predominante)	índio/branco	branco/negro
Fonte (predominante)	Paraguai/Bolívia	Rio de Janeiro/Ceará (BR)
Vive no local (predominante)	Sim	50% sim
Chefe de família (predominante)	Sim	Sim
Educação (predominante)	Secundária	Secundária

Quadro 2 - Análise comparativa do perfil dos empresários

Fonte: elaborado pelo autor (2015).

2.7.2 Análise comparativa das políticas públicas e o desenvolvimento econômico dos empreendedores

Variável	Villa 31	Rocinha
Ingressos	\$30.000	\$35.000
Formalizados	Não	Sim
Motivo da não formalização	Impostos	Impostos
Número de empregados	3	2
Conhecimento de políticas públicas	Não	Sim
Uso de programas do governo	Não	Não
Fatores que impedem o crescimento	Mão de obra	Auxílio Técnico

Quadro 3 - Análise comparativa das políticas públicas e desenvolvimento econômico dos empreendedores

Fonte: elaborado pelo autor (2015).

3 CONCLUSÃO

Independente da situação econômica mundial, sempre há iniciativas com potencial de ascensão. Ao analisarmos os resultados obtidos e as pesquisas que fazem parte do presente artigo, reconhecemos a força que o empreendedorismo pode ter, mesmo em tempos de crise. Isso porque ele representa infinitas possibilidades de atuação profissional e investimento, tanto alto quanto baixo. Por isso, dentro das favelas, ele se revela uma frequente aposta de sobrevivência e crescimento social e econômico, ou seja, a relação entre o empreendedorismo e a população das favelas está na flexibilidade e volatilidade profissional.

Todavia, nem sempre as políticas públicas do Brasil e Argentina direcionam a este setor a devida atenção e aporte, mesmo reconhecendo a importância que os micro e pequenos empreendedores possuem na economia de ambos os países. Este estudo pode impulsionar a elaboração de novas pesquisas e montagem de cenários futuros do resultado do descaso público vivido pelos empreendedores instalados em favelas ou vilas pobres como um todo. Verificar medidas adotadas entre os países para melhorar o ambiente empreendedor pode ser um primeiro passo.

A partir dos dados expostos, a iniciativa privada, sempre atenta aos mercados potenciais, pode encontrar alternativas aos problemas desses empresários. Além disso, é possível desenvolver alternativas inovadoras para o crescimento sustentável de um mercado promissor, mas ainda desconhecido. Pensar em negócios sociais pode ser uma opção aos empresários corajosos e modernos.

Quanto ao ambiente político, verificar medidas adotadas entre os países para melhorar o ambiente empreendedor pode ser um primeiro passo. Reavaliar números expostos aqui e buscar alternativas políticas para um maior investimento no setor, pode ser de grande valia, sabendo da grande importância que os micro e pequenos empreendedores possuem na economia de ambos os países.

THE WEALTH OF *SLUMS*, THE ECONOMIC POWER OF THE MULTITUDE HIDDEN BETWEEN HILLS AND *VIELAS*: A COMPARATIVE ANALYSIS BETWEEN ENTREPRENEURS OF THE MAJOR SLUMS OF BRAZIL AND ARGENTINA - ROCINHA AND VILLA 31

ABSTRACT

This essay aims to analyze and understand the way how Micro and Small Enterprises of the main slums of the studied countries use the theoretical concepts of administration and marketing to develop their businesses. The research was conducted in Villa 31, Buenos Aires - Argentina and in Rocinha, Rio de Janeiro - Brazil intertwining themes throughout the study to pass through the conception of the slums, entrepreneurship - also called Entrepreneurship, which involve micro and small enterprises in general and existing policy for this sector. The evolution of the concept of entrepreneurship or Entrepreneurship and the growth of slums, becomes an increasingly less effective public policy, so the role of marketing becomes increasingly essential for potential growth of the existing businesses within these slums.

Keywords: Slums. Entrepreneur. Micro and Small Enterprises. Public Policy. Marketing.

LA RIQUEZA DE LAS CHABOLAS, EL PODER ECONÓMICO DE LA MULTITUD ESCONDIDO ENTRE CERROS Y CALLEJUELAS: UN ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LOS EMPRENDEDORES DE LAS MAJORES CHABOLAS DEL BRASIL Y DE LA ARGENTINA – ROCINHA Y VILLA 31

RESUMEN

El presente ensayo tiene por objetivo analizar

y comprender el modo y como los pequeños emprendedores de las principales chabolas de los países estudiados utilizan los conceptos teóricos de la administración y de la mercadotecnia, en el desarrollo de sus emprendimientos. La investigación ocurre en la Villa 31, ciudad de Buenos Aires, Argentina y, en la comunidad de la Rocinha, ciudad de Rio de Janeiro, Brasil, entrelazando temas a lo largo del estudio que pasan de chabolas al emprendimiento de pequeñas empresas hasta las políticas públicas existentes para el sector. La evolución del concepto de emprendedorismo, tal como el crecimiento de las chabolas, tornó las políticas públicas cada vez menos eficientes. De esta forma, el papel de la mercadotecnia se torna imprescindible para lo posible crecimiento de los emprendimientos dentro de estas chabolas.

Palabras-clave: Chabola. Emprendedor. Pequeñas Empresas. Políticas Públicas. Mercadotecnia.

REFERÊNCIAS

BOLÍVIA. Ministerio de Economía y Finanzas Públicas. **Resolución 50/2013**. 2013. Disponível em: <<http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/210000-214999/212683/norma.htm>>. Acesso em: 18 ago. 2016.

BRENER, J. **A Crise que mudou o mundo**. Rio de Janeiro: Ática, 1998.

CENTRO INTERNACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS SOBRE A INFÂNCIA. **Centro Internacional de Estudos e Pesquisas sobre a Infância e profissionais e jovens da Rocinha: histórico e contexto atual**. 2011. Disponível em: <<http://www.centroludicorocinha.org.br/index.php?p=rocinha>>. Acesso em: 11 nov. 2016.

CONFEDERACIÓN ARGENTINA DE LA MEDIANA EMPRESA - CAME. **Argentina ilegal: ya hay 522 saladitas en 111 ciudades del país, y siguen creciendo**. 2014. Disponível em: <[nicado/Argentina-ilegal-ya-hay-522-saladitas-en-111-ciudades-del-pais-y-siguen-creciendo.1076.html>. Acesso em: 23 set. 2016.](http://www.redcame.org.ar/contenidos/comu-</p>
</div>
<div data-bbox=)

DAVIS, M. **Planeta Favela**. São Paulo: Boitempo, 2006.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987.

GARCIA, M. **Los orígenes de los barrios precarios en la ciudad: las villas miserias, ¿un efecto colateral de la Generación del '80?**. 2007. Disponível em: <http://www.solesdigital.com.ar/sociedad/historia_villas_1.htm>. Acesso em: 18 ago. 2016.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Emprendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2013. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM2013PesquisaCompleta.pdf>>. Acesso em: 6 mar. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Síntese de Indicadores Sociais**. 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/sinteseindicociais2010/SIS2010.pdf>>. Acesso em: 11 mar. 2017.

INSTITUTO PEREIRA PASSOS. **Sistema de Assentamentos de Baixa Renda**. 2011. Disponível em: <<http://portalgeo.rio.rj.gov.br/sabren/index.html>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Hall, 2006.

NERI, M. C. **Desigualdades e favelas cariocas: a cidade partida está se integrando?** Rio de Janeiro: FGV-CPS, 2010. Disponível em: <http://www.cps.fgv.br/ibrecps/rio2010/RIO_FAVELAS_Relatorio_final_TEXTO_Neri

pdf>. Acesso em: 25 abr. 2017.

ONU-HABITAT. **Estado de las ciudades de América Latina y el Caribe 2012**: Rumbo a una nueva transición urbana. 2012. Disponível em: <<http://estaticog1.globo.com/2012/08/21/Estado-de-las-Ciudades-de-America-Latina-y-el-Caribe-2012.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2016.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Empreendedorismo e crescimento econômico**. 2010. Disponível em: <[http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/CEE-29D3A9DF7F23C83257951004053A4/\\$File/NT00046716.pdf](http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/CEE-29D3A9DF7F23C83257951004053A4/$File/NT00046716.pdf)>. Acesso em: 6 mar. 2017.

VALLADARES, L. **A invenção da Favela**: do mito de origem à favela. Rio de Janeiro: FGV, 2005.