



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

**Desafios e dificuldades do
empreendedorismo na comunidade do Santa
Marta**

Júlio Cesar Alves Nobre

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - CCS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

Graduação em Administração de Empresas

Rio de Janeiro, 12 de novembro de 2024.



II

Júlio Cesar Alves Nobre

Desafios e dificuldades do empreendedorismo na comunidade do Santa Marta

Trabalho de Conclusão de Curso

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao curso de graduação em Administração da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Edmundo Eutrópio Coelho de Souza

Rio de Janeiro, 12 de novembro de 2024.

*"O empreendedor é aquele que encara o fracasso como uma oportunidade para começar de novo com mais inteligência."
- Henry Ford*

Quero agradecer a Deus, pois sem ele eu não teria conseguido. Foram muitos obstáculos ao longo dessa caminhada, acredito que sua sabedoria e a força concedida a mim tornaram o percurso um pouco mais leve.

Agradeço à minha família, especialmente à minha mãe, Maria Alves Nobre e em memória ao meu pai, Antônio Ferreira Nobre Filho. Aos meus irmãos e demais familiares, que sempre foram importantes nesse processo.

Em especial, agradeço à minha esposa, Paloma Nunes da Silva Nobre, por ter sido mais que uma companheira, por ter me apoiado em tudo que estive ao seu alcance ao longo dessa jornada acadêmica. Obrigado por ter trilhado essa jornada lado a lado comigo.

Ao meu orientador, Prof. Edmundo Eutrópio Coelho de Souza, sou profundamente grato pela paciência, orientação e sabedoria, que foram essenciais para a conclusão deste trabalho.

Também expresso minha gratidão aos empreendedores da comunidade Santa Marta, que gentilmente dedicaram seu tempo para compartilhar suas experiências, contribuindo de maneira inestimável para esta pesquisa.

Gostaria ainda de agradecer ao Departamento Solar Grandjean de Montigny da PUC-Rio por todo o suporte oferecido ao longo do curso.

Por fim, agradeço aos meus amigos e colegas, que direta ou indiretamente, foram parte importante dessa jornada. A todos, meu muito obrigado!

Resumo

ALVES NOBRE, Júlio Cesar. **Desafios e dificuldades do empreendedorismo na comunidade do Santa Marta**. Rio de Janeiro, 2024. Número de páginas p. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Este estudo investiga os desafios e dificuldades enfrentados pelos empreendedores na comunidade do Santa Marta, no Rio de Janeiro. Focalizando empreendedores de diversos setores, a pesquisa identifica barreiras econômicas, sociais e burocráticas que impactam a sustentabilidade e o crescimento dos negócios locais. A análise inclui a falta de acesso ao crédito, infraestrutura inadequada, burocracia complexa e estigma social. A pesquisa destaca também as oportunidades inerentes ao ambiente colaborativo e cultural da comunidade. Ao documentar esses desafios e exemplos de sucesso, o estudo fornece insights para políticas públicas e iniciativas de apoio, visando promover um ambiente mais favorável ao empreendedorismo e ao desenvolvimento socioeconômico sustentável na região.

Palavras- chave

Empreendedorismo, Santa Marta, favela, mercado local, oportunidades, desafios

Abstract

ALVES NOBRE, Júlio Cesar. Challenges and Difficulties of Entrepreneurship in the Santa Marta Community. Rio de Janeiro, 2024. Number of pages p. Final Project – Department of Administration. Pontifical Catholic University of Rio de Janeiro.

This study investigates the challenges and difficulties faced by entrepreneurs in the Santa Marta community, Rio de Janeiro. Focusing on entrepreneurs from various sectors, the research identifies economic, social, and bureaucratic barriers that impact the sustainability and growth of local businesses. The analysis includes the lack of access to credit, inadequate infrastructure, complex bureaucracy, and social stigma. The research also highlights the opportunities inherent in the community's collaborative and cultural environment. By documenting these challenges and examples of success, the study provides insights for public policies and support initiatives, aiming to promote a more favorable environment for entrepreneurship and sustainable socioeconomic development in the region.

Key-words

Entrepreneurship, Santa Marta, favela, local market, opportunities, challenges

Sumário

VII

1. O tema e o problema de estudo	1
1.1. Introdução ao tema e ao problema do estudo	1
1.2. Objetivo do estudo	3
1.3. Objetivos intermediários do estudo	3
1.4. Delimitação e foco do estudo	4
1.5. Relevância do Estudo	4
2. Referencial teórico	6
2.1. O Empreendedorismo: Definição, Importância e Processo Empreendedor	6
2.2. Empreendedorismo em Comunidades de Baixa Renda: Desafios, Oportunidades e Facilitadores	9
3. Metodologia e procedimentos de coleta de dados	13
3.1. Tipo de Pesquisa	13
3.2. Coleta de Dados	14
3.3. Tratamento de Dados	16
3.4 Limitações da Pesquisa	17
4. Apresentação da Análise das Entrevistas	19
4.1. Edésio - Cabelereiro	19
4.2. João - Mercearia	22
4.3. Francisco Juliano - Pintor e Obras	24
4.4. Sheila - Turismo em favela	26
4.5. Luiza - Manicure	28
4.6 Análise das Experiências no Santa Marta	31
5. Conclusão	33
6. Referências Bibliográficas	36
7. Apêndices	38

Lista de Tabelas

VIII

Tabela 1: Relação dos entrevistados

16

1. O tema e o problema de estudo

1.1. Introdução ao tema e ao problema do estudo

O empreendedorismo é amplamente reconhecido como um motor essencial para o desenvolvimento econômico e social em todo o mundo, contribuindo significativamente para a inovação, a criação de empregos e o crescimento sustentável em economias tanto desenvolvidas quanto emergentes (AUDRETSCH, 2012). Em contextos variados, o empreendedorismo não apenas impulsiona a economia, mas também fomenta a resiliência e a capacidade de adaptação dos indivíduos e comunidades diante de desafios socioeconômicos. O Global Entrepreneurship Monitor (GEM), uma das principais fontes globais de análise sobre o empreendedorismo, destaca que o empreendedorismo desempenha um papel vital no estímulo à economia mundial e na criação de soluções inovadoras para problemas complexos. Além disso, o empreendedorismo também é fundamental para o enfrentamento de questões globais, como a desigualdade social e a geração de oportunidades em áreas carentes (GEM, 2020).

No Brasil, o empreendedorismo ocupa uma posição central na economia, especialmente devido ao grande número de micro e pequenas empresas que, juntas, exercem um impacto significativo tanto no PIB quanto na criação de empregos (SEBRAE, 2021). Segundo dados do GEM, o país apresenta uma das taxas mais altas de empreendedorismo inicial do mundo, refletindo a resiliência e a criatividade dos brasileiros na criação de novos negócios, mesmo em ambientes marcados pela incerteza econômica e pela escassez de recursos (GEM, 2020). Esse cenário é impulsionado tanto por empreendedores que buscam explorar oportunidades de mercado quanto por aqueles que iniciam seus negócios como uma alternativa diante da escassez de empregos formais. Esses dados ilustram a importância do empreendedorismo para o Brasil, onde ele representa não apenas uma resposta à falta de oportunidades no mercado de trabalho, mas também uma plataforma para a inovação social e econômica.

Apesar do papel crucial do empreendedorismo para o desenvolvimento, os desafios enfrentados pelos empreendedores brasileiros são intensificados em comunidades de baixa renda, como as favelas do Rio de Janeiro. Nessas áreas, os empreendedores precisam lidar com obstáculos adicionais, como o acesso restrito a crédito, infraestrutura deficiente, burocracia excessiva e estigmas

sociais. Essas barreiras estruturais e sociais não só dificultam a sobrevivência e o crescimento dos negócios, mas também limitam o potencial de impacto positivo nas comunidades, afetando diretamente o desenvolvimento local e a geração de empregos (MACEDO & SILVA, 2018). O acesso restrito ao crédito, por exemplo, impede que muitos empreendedores possam expandir suas operações e investir em infraestrutura básica, o que contribui para perpetuar o ciclo de informalidade e escassez de recursos. Da mesma forma, o estigma social associado às favelas reduz as oportunidades de parceria e dificulta o reconhecimento do valor desses negócios para o tecido social e econômico mais amplo.

A comunidade de Santa Marta, localizada na Zona Sul do Rio de Janeiro, é um exemplo emblemático das complexas dinâmicas de empreendedorismo em áreas de vulnerabilidade. Conhecida por sua população empreendedora e culturalmente rica, Santa Marta abriga uma diversidade de negócios locais que operam em condições desafiadoras, mas que continuam a contribuir para a economia e para a vitalidade da comunidade. A vibrante atividade econômica é um testemunho da determinação dos moradores em enfrentar as dificuldades diárias para manter suas operações viáveis e competitivas, mesmo em um ambiente repleto de limitações (ROCHA, 2017). Esses empreendedores, ao transformarem obstáculos em oportunidades, reforçam a resiliência local e ampliam o alcance dos produtos e serviços na comunidade. O empreendedorismo em Santa Marta, portanto, não é apenas uma atividade econômica, mas também uma expressão de resistência e adaptação, com impacto direto na vida dos moradores e na dinâmica social do local.

Os problemas estruturais na comunidade, como a falta de infraestrutura adequada e a dificuldade de acesso a recursos financeiros, são agravados por questões sociais que incluem o estigma de empreender em uma favela e a falta de suporte institucional. Empreender em Santa Marta significa enfrentar desafios específicos, como a ausência de políticas públicas que incentivem o desenvolvimento sustentável e a formalização dos negócios. Além disso, o processo burocrático para regularizar empresas, com altos custos e complexidade, desencoraja muitos empreendedores de formalizarem suas atividades, perpetuando a informalidade e suas consequências, como a exclusão de programas de crédito e capacitação que poderiam beneficiar diretamente esses negócios (COUTINHO, 2019). Esse quadro evidencia a importância de políticas de apoio que promovam o empreendedorismo inclusivo, bem como a necessidade

de iniciativas que facilitem o acesso a serviços financeiros e consultorias empresariais.

Dado esse contexto, o presente estudo busca investigar as condições e os desafios enfrentados pelos empreendedores da Favela Santa Marta, bem como identificar as oportunidades e facilitadores que promovem o empreendedorismo nesse ambiente. A análise dos fatores sociais, econômicos e institucionais que impactam esses empreendedores contribuirá para uma compreensão mais profunda das necessidades locais e permitirá a elaboração de recomendações para iniciativas de apoio ao empreendedorismo em comunidades de baixa renda no Brasil. Ao identificar os desafios específicos e os fatores que facilitam o desenvolvimento do empreendedorismo em Santa Marta, este estudo pretende não só aumentar o entendimento sobre a realidade desses empreendedores, mas também fornecer uma base para a formulação de políticas públicas e programas de incentivo que levem em conta as particularidades de comunidades vulneráveis. Assim, a pesquisa reforça a importância do empreendedorismo como uma estratégia de empoderamento e desenvolvimento sustentável em contextos de vulnerabilidade.

Dado o contexto apresentado, o presente estudo tem a seguinte pergunta de pesquisa: Quais as principais barreiras e facilitadores para se empreender na comunidade Santa Marta?

1.2. Objetivo do estudo

Identificar as principais barreiras e facilitadores enfrentados pelos empreendedores na comunidade Santa Marta, localizada no bairro de Botafogo, Rio de Janeiro.

1.3. Objetivos intermediários do estudo

Levantar as principais barreiras e facilitadores ao empreendedorismo, em geral, e em comunidades no Brasil.

Levantar as principais barreiras e facilitadores ao empreendedorismo na comunidade Santa Marta de acordo com os atores locais.

Analisar a realidade observada frente às questões levantadas pela bibliografia existente.

1.4. Delimitação e foco do estudo

O estudo foi conduzido na comunidade do Santa Marta, localizada no bairro de Botafogo, Zona Sul do Rio de Janeiro. Essa área foi escolhida devido à sua atividade econômica e aos desafios específicos enfrentados pelos empreendedores locais no ano de 2024. Além disso, por morar na comunidade tenho acesso facilitado.

1.5. Relevância do Estudo

Compreender os desafios específicos que os empreendedores da comunidade do Santa Marta enfrentam é essencial tanto para aqueles que já possuem negócios quanto para os potenciais empreendedores. Este estudo oferece uma visão profunda sobre as barreiras locais, como o acesso limitado a crédito, infraestrutura insuficiente e a informalidade dos negócios. Ao identificar as melhores práticas e estratégias de superação, ele cria um guia prático que pode fortalecer os negócios já estabelecidos e inspirar novos empreendimentos. Além disso, ao mapear o ambiente de negócios da favela, o estudo promove uma troca de conhecimentos entre os empreendedores locais, incentivando uma cultura colaborativa de aprendizado e inovação.

Para instituições de ensino e pesquisa, este estudo oferece uma base empírica rica e detalhada sobre o empreendedorismo em contextos de vulnerabilidade socioeconômica. Ele possibilita uma análise das dinâmicas empreendedoras em áreas marginalizadas, permitindo a criação de teorias e modelos mais precisos sobre empreendedorismo de sobrevivência e inovação em comunidades de baixa renda. Ao incluir esses resultados em currículos acadêmicos e pesquisas avançadas, contribui-se para o avanço científico nas áreas de gestão, economia e desenvolvimento social, resultando em estudos mais alinhados à realidade local.

Organizações de apoio ao empreendedorismo, como ONGs, incubadoras, aceleradoras e instituições de microcrédito, encontrarão neste estudo informações cruciais para ajustar suas ações e programas de forma mais eficiente. Ao identificar as necessidades, recursos e desafios específicos dos empreendedores do Santa Marta, essas organizações poderão estruturar iniciativas de capacitação, apoio financeiro e mentoria de maneira mais eficaz. Isso resultará em intervenções mais impactantes e personalizadas, promovendo transformações concretas e sustentáveis no ecossistema empreendedor da favela.

No âmbito das políticas públicas, o estudo oferece uma base sólida de evidências sobre as condições e necessidades dos empreendedores no Santa Marta, uma das comunidades mais simbólicas do Rio de Janeiro. Essas informações são fundamentais para o desenvolvimento de políticas públicas que busquem reduzir desigualdades no acesso a crédito, à formalização de negócios e à infraestrutura. Ao utilizar os dados fornecidos pelo estudo, os gestores públicos poderão elaborar políticas inclusivas que promovam o empreendedorismo local, incentivando o desenvolvimento econômico, a geração de empregos e a criação de um ambiente mais favorável ao crescimento dos negócios.

Gestores e líderes empresariais que desejam investir em ações de responsabilidade social ou apoiar o empreendedorismo em comunidades de baixa renda também se beneficiarão dos insights oferecidos por este estudo. Compreender os desafios e oportunidades locais permitirá que esses líderes tomem decisões estratégicas mais informadas, desenvolvendo iniciativas de impacto social que gerem valor para a comunidade. Ao alinhar suas metas empresariais com o fortalecimento do empreendedorismo local, essas empresas podem contribuir diretamente para o desenvolvimento sustentável e a inclusão socioeconômica da comunidade do Santa Marta.

2 Referencial Teórico

2.1 O Empreendedorismo: Definição, Importância e Processo Empreendedor

O empreendedorismo é amplamente reconhecido como uma força motriz fundamental para o desenvolvimento econômico e social, atuando como um motor para a inovação, criação de empregos e crescimento econômico sustentável. De acordo com Drucker (1985), o empreendedorismo compreende tanto a criação de novos negócios quanto a transformação de empresas já estabelecidas para explorar novas oportunidades no mercado, funcionando como uma alavanca para o desenvolvimento socioeconômico. Esse papel é corroborado por Audretsch (2007), que salienta como o empreendedorismo pode transformar cenários, particularmente em economias emergentes, onde ele gera soluções inovadoras para demandas específicas, promovendo a competitividade e a resiliência econômica de regiões inteiras. Em comunidades desfavorecidas, onde as oportunidades de emprego formal são limitadas, o empreendedorismo assume uma função vital ao propiciar alternativas econômicas e fomentar a inclusão social, demonstrando o potencial de impacto positivo do empreendedorismo em diferentes escalas de economia.

O conceito de empreendedorismo é multifacetado e sua definição abrange elementos como inovação, risco e geração de valor agregado. Schumpeter (1934), um dos teóricos pioneiros do empreendedorismo, define o empreendedor como aquele que inova, introduzindo produtos, serviços e métodos de produção disruptivos que desafiam o status quo econômico e estimulam o progresso. Schumpeter argumenta que os empreendedores são agentes de mudança ao criar indústrias novas e transformar o cenário econômico vigente. Em sua visão, o empreendedorismo não apenas gera emprego e renda, mas também contribui para a renovação e expansão dos setores produtivos, impulsionando o crescimento econômico sustentável. No contexto brasileiro, onde a desigualdade e a escassez de oportunidades formais de emprego são desafios constantes, o empreendedorismo surge como uma alternativa para alcançar a mobilidade social e combater a exclusão econômica.

Para Dornelas (2001), o empreendedorismo abrange a capacidade de identificar oportunidades e mobilizar recursos, o que é particularmente relevante para empreendedores em áreas de baixa renda, como as favelas. Nesses

ambientes adversos, a adaptação às condições sociais e econômicas específicas é fundamental, permitindo que empreendedores transformem desafios em oportunidades concretas. Na comunidade Santa Marta, por exemplo, negócios locais que inicialmente surgem da necessidade acabam se tornando atividades econômicas estáveis e sustentáveis graças à resiliência e à criatividade dos empreendedores. Segundo Dornelas, o empreendedorismo em áreas de vulnerabilidade vai além da simples criação de negócios para a sobrevivência, constituindo um caminho para a transformação social e fortalecimento comunitário, especialmente quando se trata de iniciativas de empreendedorismo social.

O empreendedorismo social, conceito desenvolvido por autores como Dees (1998) e ampliado por Dornelas (2012), destaca a busca por impacto social positivo além do lucro financeiro, beneficiando diretamente comunidades desfavorecidas. Em favelas como Santa Marta, essa modalidade de empreendedorismo é relevante, pois os negócios gerados muitas vezes desempenham um papel essencial no desenvolvimento local, gerando benefícios sociais e econômicos. Dornelas aponta que o empreendedorismo social é uma ferramenta poderosa para a criação de um ambiente colaborativo, onde os moradores podem construir redes de apoio e compartilhar conhecimentos, fortalecendo o capital social e promovendo a sustentabilidade econômica. Em áreas carentes de recursos e com infraestrutura precária, o empreendedorismo social representa um catalisador para o crescimento econômico e a redução das desigualdades sociais, impulsionando a melhoria da qualidade de vida.

O processo empreendedor envolve várias etapas e exige habilidades e competências específicas. Shane e Venkataraman (2000) argumentam que a identificação de oportunidades constitui o cerne desse processo, entendendo essas oportunidades como situações nas quais novos produtos, serviços ou métodos de produção podem ser introduzidos no mercado de forma lucrativa. Contudo, a materialização dessas oportunidades está repleta de desafios, como a obtenção de capital inicial, um dos maiores obstáculos para empreendedores de baixa renda. Evans e Jovanovic (1989) sugerem que a falta de acesso a capital é uma barreira significativa para muitos empreendedores que, sem recursos financeiros, enfrentam dificuldades para desenvolver e expandir seus negócios. Para muitos, o investimento inicial e o financiamento contínuo são essenciais para

superar os estágios iniciais de um negócio, mas a falta de crédito acessível impede o avanço desses empreendimentos.

Outro desafio significativo no processo empreendedor é a burocracia e as regulamentações excessivas. Djankov et al. (2002) explicam que a complexidade do ambiente regulatório pode inibir o surgimento de novos negócios, especialmente em países onde o processo de formalização e legalização das empresas é lento e caro. No contexto das favelas, essa realidade é exacerbada, uma vez que os custos de formalização muitas vezes são incompatíveis com o capital disponível dos empreendedores locais, levando-os a permanecer na informalidade. A informalidade, por sua vez, priva esses empreendedores de vantagens como acesso a linhas de crédito e programas de apoio oferecidos por instituições governamentais e ONGs. Assim, a ausência de políticas de incentivo e a complexidade regulatória se apresentam como barreiras adicionais ao desenvolvimento do empreendedorismo em áreas de vulnerabilidade.

Dornelas (2012) enfatiza ainda a importância da capacitação e do conhecimento em gestão para o sucesso dos negócios, destacando que a falta de habilidades gerenciais e conhecimento de mercado representa um obstáculo importante para empreendedores em favelas. No contexto das comunidades de baixa renda, onde os níveis de educação formal são muitas vezes baixos, a capacitação em gestão e o treinamento técnico podem ser fatores determinantes para a sustentabilidade dos negócios. Em Santa Marta, por exemplo, iniciativas de capacitação têm se mostrado fundamentais para auxiliar empreendedores a aprimorar suas habilidades e a desenvolver estratégias adaptativas que garantam a competitividade e a sobrevivência dos negócios em longo prazo.

Em suma, o empreendedorismo em favelas como Santa Marta representa um caminho resiliente para o desenvolvimento econômico e social. As limitações impostas pelas barreiras estruturais e pela escassez de recursos são superadas pela capacidade dos empreendedores de identificar oportunidades em meio a adversidades e transformar suas realidades. Esses empreendedores exercem um papel fundamental na criação de valor para suas comunidades e na construção de um ambiente de colaboração e suporte mútuo. Ao integrar o capital social e as redes de apoio locais, o empreendedorismo em Santa Marta transcende as limitações econômicas e burocráticas, promovendo um modelo de desenvolvimento que considera as especificidades e os potenciais das comunidades de baixa renda.

2.2 Empreendedorismo em Comunidades de Baixa Renda: Desafios, Oportunidades e Facilitadores

O empreendedorismo em favelas e comunidades de baixa renda revela uma dinâmica particular de desafios e oportunidades, com aspectos únicos que demandam abordagens diferenciadas. De acordo com Macedo e Silva (2018), os empreendedores nessas regiões frequentemente enfrentam barreiras como a falta de infraestrutura, o estigma social e as restrições financeiras. Esse ambiente hostil, no entanto, não impede o florescimento de uma forte cultura empreendedora; pelo contrário, ele estimula a inovação e a adaptação. Os empreendedores que atuam em comunidades como Santa Marta, situada na Zona Sul do Rio de Janeiro, desenvolvem habilidades adaptativas ao responderem às necessidades locais de maneira rápida e eficaz, sendo motivados tanto pela sobrevivência quanto pela inovação. Muitos empreendedores dessas áreas desenvolvem negócios no setor de comércio, alimentação e serviços, preenchendo lacunas que as grandes empresas não conseguem alcançar, o que contribui para o fortalecimento da economia local e para a criação de empregos informais e formais.

A capacidade de adaptação dos empreendedores de baixa renda pode ser explicada pelo conhecimento profundo que eles possuem das demandas e necessidades da comunidade. Esse conhecimento, aliado a uma flexibilidade que se traduz em inovação adaptativa, permite que esses negócios prosperem, apesar das adversidades (ROCHA, 2017). Em Santa Marta, os empreendedores muitas vezes adaptam seus produtos e serviços às características e preferências locais, um diferencial competitivo que grandes empresas dificilmente replicaram. Isso promove um ambiente colaborativo onde pequenos negócios podem crescer de maneira sustentável, beneficiando tanto os proprietários quanto a comunidade em geral. Dessa forma, o empreendedorismo em comunidades de baixa renda emerge como uma resposta prática e resiliente aos desafios econômicos e sociais enfrentados por essas populações.

As favelas brasileiras, segundo Milton Santos (1996), representam espaços dinâmicos onde a urbanização informal cria novas relações sociais e econômicas. Nesses territórios, a ausência de políticas públicas robustas e de infraestrutura básica é compensada pela criatividade e resiliência dos moradores, que desenvolvem formas inovadoras de subsistência e organização econômica. Santos argumenta que as favelas são mais do que locais de exclusão social; elas

representam uma urbanização criativa, onde a adaptabilidade dos moradores gera novos modelos econômicos e sociais. Esse cenário possibilita a criação de oportunidades únicas para o empreendedorismo, permitindo que os moradores encontrem maneiras de explorar economicamente suas habilidades e a cultura local. Por exemplo, empreendedores que trabalham com atividades de comércio, gastronomia e turismo criam um ecossistema econômico vibrante e, muitas vezes, colaborativo.

No caso da Favela Santa Marta, o empreendedorismo floresce tanto em negócios tradicionais quanto em novas oportunidades ligadas ao turismo e à economia criativa. Segundo Valladares (2005), longe de serem apenas espaços de carência e exclusão, as favelas são territórios de produção cultural e econômica. O "turismo de favela", por exemplo, tem se destacado como uma área promissora que valoriza a cultura e a história das comunidades, além de gerar emprego e renda para os moradores locais. Esse turismo de base comunitária oferece aos visitantes experiências autênticas, conectadas ao cotidiano e ao patrimônio cultural da favela, promovendo uma valorização da identidade local. Esse movimento não só impulsiona a economia, mas também contribui para o fortalecimento do sentimento de pertencimento e da autoestima dos moradores.

A informalidade que caracteriza as favelas, conforme Santos (1996), permite que novos arranjos de produção e inovação surjam, independentemente de regulamentações formais. Isso cria um ambiente que favorece a experimentação e a adaptação, ampliando o potencial de inovação e de resiliência dos empreendedores locais. Por meio da produção cultural, como o artesanato, a música e as festas populares, as favelas fortalecem tanto a economia quanto a identidade social dos moradores, criando uma conexão profunda entre cultura e desenvolvimento econômico. Essa abordagem reflete o poder transformador das comunidades de baixa renda em termos de criação de oportunidades econômicas e de coesão social. Os negócios baseados em atividades culturais e no turismo não apenas geram lucro, mas também contribuem para a visibilidade positiva da comunidade e para a preservação de tradições culturais, estimulando o orgulho local.

Na Favela Santa Marta, as oportunidades de negócio estão amplamente associadas às necessidades locais e ao potencial turístico e cultural da comunidade. De acordo com Schumpeter (1934), o empreendedor inovador é aquele que rompe padrões ao introduzir novos produtos, processos ou ao

reorganizar indústrias, criando novas demandas e, portanto, ampliando o mercado. No caso de Santa Marta, tais inovações se manifestam em iniciativas empreendedoras relacionadas ao turismo, à cultura local e a práticas sustentáveis. O turismo de favela, que oferece uma visão única e autêntica da vida na comunidade, atrai turistas que buscam experiências diferenciadas, permitindo que empreendedores locais prosperem ao oferecer visitas guiadas, produtos artesanais, eventos e gastronomia típica.

Richards e Wilson (2007) destacam o potencial do turismo em áreas periféricas e da economia criativa, especialmente em contextos onde o apelo cultural é forte. Em Santa Marta, o turismo de favela tem ganhado destaque ao oferecer experiências autênticas que se conectam à cultura local, o que resulta em geração de renda e empregos para a comunidade. A economia criativa, por sua vez, explora o talento artístico dos moradores em áreas como o artesanato, a música e os eventos culturais, promovendo um desenvolvimento econômico que respeita e valoriza as tradições locais. A economia criativa não apenas impulsiona a economia da comunidade, mas também ajuda a consolidar a identidade cultural local, transformando a comunidade em um centro de inovação social.

Os empreendedores sociais também desempenham um papel crucial em comunidades como Santa Marta, onde muitos negócios são orientados para resolver problemas locais, além de gerar lucro. De acordo com Dees (1998), os empreendedores sociais buscam criar um impacto positivo para a sociedade, abordando questões sociais e ambientais. Em Santa Marta, existem iniciativas de empreendedorismo social que visam melhorar a qualidade de vida dos moradores, incluindo projetos de capacitação, serviços de saúde e educação. Esses empreendimentos sociais reforçam o papel do empreendedorismo como agente de transformação, proporcionando uma melhoria na vida dos moradores e fortalecendo o tecido social da comunidade.

Os facilitadores do empreendedorismo em comunidades de baixa renda no Brasil são multifacetados, englobando fatores sociais, culturais e institucionais. Em primeiro lugar, a rede de solidariedade comunitária nas favelas promove a troca de informações e recursos essenciais para o desenvolvimento de pequenos negócios, criando um ambiente de apoio mútuo e cooperação que ajuda empreendedores a superar limitações de recursos (SANTOS, 1996). A presença de uma cultura de colaboração e de ajuda mútua cria uma base sólida para que

empreendedores enfrentam os desafios de maneira conjunta, compartilhando conhecimento e estratégias de negócios.

A riqueza cultural dessas comunidades também serve como um facilitador importante, especialmente para setores ligados à economia criativa. O turismo de favela, por exemplo, permite que empreendedores locais ofereçam serviços autênticos e produtos artesanais, explorando a valorização do patrimônio cultural e das paisagens únicas da comunidade (VALLADARES 2005). Outro fator crucial é a proximidade com centros urbanos e econômicos, o que facilita o acesso a mercados consumidores e fornecedores, essencial para a circulação de bens e serviços. Essa localização privilegiada permite que as favelas se conectem a redes comerciais mais amplas, aumentando as oportunidades para os negócios locais.

Parcerias com ONGs e projetos de apoio ao empreendedorismo também desempenham um papel importante, proporcionando capacitação, orientação e, em alguns casos, acesso ao crédito. Esses programas ajudam os empreendedores a formalizar e expandir seus negócios, tornando-os mais competitivos no mercado e ampliando suas oportunidades de crescimento. Finalmente, políticas públicas de formalização, como o programa de Microempreendedor Individual (MEI), facilitam o acesso a crédito e serviços financeiros, incentivando a regularização e o crescimento dos negócios informais. Esses facilitadores, aliados à resiliência e criatividade das comunidades, destacam o potencial transformador do empreendedorismo em áreas de baixa renda.

3 Metodologia e procedimentos de coleta de dados

3.1 Tipo de Pesquisa

A presente pesquisa é de natureza qualitativa, com enfoque exploratório e descritivo, orientada para a compreensão dos desafios e das oportunidades enfrentados pelos empreendedores da Favela Santa Marta. A abordagem qualitativa permite uma análise aprofundada das percepções e das experiências dos participantes, captando nuances e contextos sociais relevantes para a realidade dos empreendedores locais. Conforme Vergara (2000), a pesquisa qualitativa é especialmente apropriada para o estudo de fenômenos complexos e dinâmicos, pois oferece uma compreensão ampla e relacional dos dados coletados, sendo eficaz na interpretação de contextos únicos e significativos para os sujeitos envolvidos.

O método exploratório, justificado pela necessidade de investigar aspectos ainda pouco explorados sobre o empreendedorismo em comunidades de baixa renda, possibilita uma construção inicial do entendimento sobre o tema. Sylvia Vergara (2000) explica que pesquisas exploratórias são adequadas para áreas com escassez de informações específicas, permitindo ao pesquisador desvendar aspectos e levantar hipóteses que poderão servir como base para futuros estudos. A pesquisa descritiva, por sua vez, busca caracterizar e detalhar as práticas, os recursos e as limitações enfrentadas pelos empreendedores no contexto específico do Santa Marta, oferecendo uma visão detalhada dos fatores que impactam diretamente suas atividades.

Para a coleta de dados, utilizou-se um levantamento bibliográfico e um levantamento de campo. O levantamento bibliográfico permitiu a construção de uma base teórica, essencial para a contextualização do estudo e para a compreensão dos elementos teóricos relacionados ao empreendedorismo em favelas. Os materiais utilizados incluem livros, artigos acadêmicos, relatórios e documentos relevantes, proporcionando uma análise das contribuições de diversos autores sobre o tema. No levantamento de campo, entrevistas semiestruturadas foram conduzidas com empreendedores locais, permitindo a coleta de dados empíricos e contribuindo para uma visão rica e contextual sobre as experiências dos participantes. Essa combinação dos meios bibliográfico e empírico reforça o entendimento dos fenômenos estudados e enriquece a

interpretação dos dados qualitativos, garantindo que as questões-chave sejam exploradas com profundidade e relevância para o cenário estudado.

3.2 Coleta de dados

A coleta de dados deste estudo foi estruturada em duas abordagens principais: a revisão de literatura e a realização de entrevistas semiestruturadas com empreendedores locais. Primeiramente, na revisão de literatura, realizou-se uma busca ampla e criteriosa por fontes como livros, artigos acadêmicos e estudos que abordam o empreendedorismo em comunidades de baixa renda, a economia informal e teorias relacionadas a esses temas. Esse levantamento teórico foi essencial para construir a base conceitual do estudo, oferecendo um contexto amplo que orientou a análise dos dados coletados. Além de contextualizar os desafios e oportunidades do empreendedorismo em favelas, a literatura revisada forneceu conceitos e modelos de análise que auxiliaram na compreensão das práticas e percepções dos empreendedores da comunidade Santa Marta.

A segunda abordagem consistiu na condução de entrevistas semiestruturadas com empreendedores que vivem e operam seus negócios na Favela Santa Marta. A escolha pelo formato de entrevista semiestruturada permitiu um diálogo flexível e aprofundado com cada participante, favorecendo a exploração de temas relevantes como os desafios enfrentados, as oportunidades percebidas e as estratégias de adaptação desenvolvidas por esses empreendedores para superar obstáculos. Este método de coleta de dados qualitativos visa captar as perspectivas e experiências pessoais dos entrevistados, possibilitando uma análise detalhada dos fatores que moldam o ambiente empreendedor na comunidade. Além disso, as entrevistas possibilitaram que aspectos culturais e sociais específicos da comunidade fossem explorados, fornecendo uma visão completa e humanizada do contexto de Santa Marta.

Para a realização das entrevistas, diferentes métodos foram utilizados, adaptando-se à disponibilidade dos participantes. Algumas entrevistas foram realizadas presencialmente, enquanto outras ocorreram por videoconferência e através de mensagens de áudio via WhatsApp. Essa flexibilidade foi fundamental para assegurar a participação dos empreendedores, respeitando suas agendas e proporcionando um ambiente de entrevista mais acessível e confortável. Todas as entrevistas foram integralmente transcritas, assegurando que nuances e detalhes

importantes das respostas fossem preservados para análise. Após a transcrição, os dados foram organizados em categorias e temas, utilizando uma análise detalhada que destacou os desafios e facilitadores do empreendedorismo na comunidade.

Durante o desenvolvimento desta pesquisa, foram realizadas cinco entrevistas, distribuídas ao longo de um período de duas semanas e meia. As entrevistas focaram em diversos aspectos do empreendedorismo, incluindo motivações pessoais para iniciar o negócio, barreiras enfrentadas e o impacto social positivo gerado pelas atividades empresariais na comunidade. Cada entrevista foi analisada individualmente, permitindo que temas comuns e particularidades de cada empreendedor fossem identificados. O processo de análise individual possibilitou a identificação de fatores recorrentes, bem como de variações nas experiências e práticas dos participantes, destacando as barreiras específicas e os fatores de sucesso no contexto local.

Além das entrevistas com os empreendedores, foi feita uma tentativa de contato com a coordenadora do Projeto HUB, uma iniciativa de apoio ao empreendedorismo que visa oferecer capacitação e fomentar oportunidades para negócios em comunidades de baixa renda. O objetivo desse contato foi obter insights sobre as atividades e o impacto do HUB na Favela Santa Marta, buscando compreender o papel do projeto no suporte ao desenvolvimento dos empreendedores locais. Para estabelecer essa comunicação, enviei e-mails e mensagens via Instagram, descrevendo o propósito e a relevância do estudo e solicitando a possibilidade de uma entrevista ou um depoimento institucional sobre o trabalho desenvolvido pelo HUB. Contudo, até a conclusão desta pesquisa, não foi possível obter um retorno, o que limitou a inclusão direta das percepções e dados do HUB no estudo. Apesar dessa ausência, o estudo seguiu adiante com os dados disponíveis, proporcionando uma análise aprofundada com base nas entrevistas realizadas.

Dessa forma, a coleta de dados envolveu tanto a obtenção de uma base teórica sólida, por meio da revisão de literatura, quanto a captura de perspectivas práticas e experiências vividas dos empreendedores por meio das entrevistas. A combinação dessas abordagens permite que a análise forneça uma visão detalhada e fundamentada sobre as dinâmicas do empreendedorismo no Santa Marta, evidenciando os principais desafios e as oportunidades presentes nesse contexto específico.

Tabela 1: Relação dos entrevistados

Nome	Idade	Negócio	Tempo que empreende	Já teve outro empreendimento
Edésio	69 anos	Cabelereiro	40 anos	Não
João	59 anos	Mercearia	negócio de família	Não
Francisco	42 anos	Pintura/Obra	15 anos	Não
Sheila	53 anos	Turismo na favela	32 anos	Não
Luiza	30 anos	Manicure	10 anos	Não

Fonte: Elaborado pelo autor

3.3 Tratamento de dados

Após a coleta dos dados, o processo de tratamento e análise foi realizado de forma criteriosa e sistemática, com o objetivo de compreender as nuances dos desafios e oportunidades enfrentados pelos empreendedores na Favela Santa Marta. A etapa inicial consistiu na transcrição completa das entrevistas, garantindo que todas as respostas dos participantes fossem fielmente registradas para uma análise posterior detalhada. Esse processo envolveu a revisão minuciosa dos áudios e registros escritos para assegurar que as falas dos entrevistados fossem preservadas em sua integridade, refletindo o contexto e as intenções originais de cada participante. Como a coleta de dados foi realizada através de entrevistas semiestruturadas, foi possível explorar múltiplos aspectos do empreendedorismo no Santa Marta, permitindo que os participantes compartilhassem suas percepções, experiências e desafios em profundidade.

A análise foi realizada com foco em cada entrevistado, de modo que as respostas individuais fossem investigadas em sua totalidade antes de serem comparadas entre si. Conforme sugerido por Vergara (2000), essa abordagem respeita as especificidades de cada participante, garantindo uma compreensão profunda das experiências individuais. O método de análise de conteúdo, como descrito por Bardin (2011), foi utilizado para examinar as narrativas de cada entrevistado, permitindo decompor as falas em tópicos-chave como acesso a crédito, burocracia, apoio comunitário e impacto social. Dessa forma, a análise

respeitou a individualidade de cada relato, sem agrupá-los em categorias antes de uma interpretação detalhada.

Na sequência, os achados de cada entrevistado foram organizados em torno dos objetivos do estudo, formando uma estrutura que reflete as singularidades das experiências individuais e revela pontos de convergência e divergência entre os participantes. Essa abordagem permite observar, por exemplo, como os desafios e as oportunidades variam de acordo com o perfil de cada empreendedor e o setor de atuação. A análise temática proposta por Vergara (2000) foi aplicada de forma que os temas emergentes, como desafios estruturais e facilitadores comunitários, fossem investigados no contexto de cada entrevista, respeitando as especificidades de cada caso.

Além disso, aspectos implícitos nas falas dos participantes, como valores culturais e dinâmicas sociais, foram observados e interpretados para contextualizar os resultados de cada entrevistado. Essa análise individual permitiu uma compreensão mais detalhada das motivações pessoais e coletivas que impulsionam os empreendedores a atuarem no Santa Marta, revelando uma dimensão emocional e comunitária frequentemente associada ao empreendedorismo em favelas.

Por fim, os resultados foram sintetizados de forma a organizar um panorama geral que reflete as adversidades e potencialidades observadas entre os entrevistados, contribuindo para o conhecimento sobre os facilitadores e barreiras específicas que os empreendedores enfrentam no Santa Marta. A análise de conteúdo, aplicada individualmente, alinhou as falas dos entrevistados aos temas discutidos no referencial teórico, de forma que as conclusões refletissem com precisão a realidade vivida por cada participante, enquanto dialogavam com a literatura existente sobre o tema.

3.4 Limitações da Pesquisa

Esta pesquisa possui algumas limitações que devem ser consideradas ao interpretar os resultados e suas implicações. Em primeiro lugar, a seleção dos entrevistados foi feita por conveniência, ou seja, com base na acessibilidade e disponibilidade dos participantes. Isso mostra uma limitação que, embora relevante para captar a percepção dos empreendedores locais, pode não refletir a diversidade completa de perfis existentes na Favela Santa Marta. Como

consequência, há uma limitação na generalização dos resultados para outros empreendedores da mesma comunidade que, por fatores como setor de atuação ou experiência profissional, poderiam apresentar realidades e desafios distintos.

Além disso, o tempo disponível para a coleta de dados e a disponibilidade dos entrevistados foram fatores determinantes para o número de participantes. O agendamento das entrevistas foi condicionado a questões como compromissos pessoais e horários de trabalho dos empreendedores, os quais muitas vezes demandam flexibilidade. Esse fator restringiu a coleta de uma amostra mais ampla e variada, afetando o alcance da análise e, potencialmente, limitando a possibilidade de explorar uma gama mais diversificada de percepções e experiências.

Outro aspecto relevante está no foco exclusivo na Favela Santa Marta, que, embora seja uma área de grande relevância para o estudo do empreendedorismo em contextos de baixa renda, possui características socioeconômicas, culturais e históricas que a tornam única. A atenção restrita a esta comunidade implica que as conclusões obtidas refletem um conjunto específico de condições locais, o que limita a aplicabilidade dos resultados para outras favelas ou comunidades de baixa renda no Brasil. Comunidades em diferentes regiões do país podem enfrentar particularidades nas suas dinâmicas empreendedoras, influenciadas por fatores culturais e econômicos específicos, que podem não estar presentes ou não ser predominantes em Santa Marta.

Por fim, o contexto dinâmico e por vezes instáveis da Favela Santa Marta pode influenciar a validade dos dados ao longo do tempo. Mudanças nos cenários político, econômico e social podem afetar as condições de vida e de negócios dos empreendedores da comunidade, alterando significativamente os desafios e oportunidades enfrentados. Assim, embora esta pesquisa ofereça uma visão precisa do momento em que foi realizada, é importante considerar que os resultados refletem um contexto temporal específico e podem não se aplicar a longo prazo.

Estas limitações ressaltam a importância de estudos complementares que explorem o empreendedorismo em diversas comunidades de baixa renda no Brasil e adotam abordagens qualitativas e quantitativas, ampliando a compreensão do fenômeno empreendedor em contextos vulneráveis.

4 Apresentação da Análise das Entrevistas

A Favela Santa Marta, situada na Zona Sul do Rio de Janeiro, é um símbolo de resistência e transformação cultural, principalmente após a pacificação em 2008. Segundo Valladares (2005), Santa Marta representa um espaço dinâmico onde o empreendedorismo prospera mesmo em meio a desafios. Sua rica herança cultural, reforçada por grafites, vistas panorâmicas e o samba, torna-a um ponto estratégico para a economia criativa. Festas e eventos culturais criam um ecossistema econômico baseado na produção artística local, o que estimula o turismo de favela e atrai visitantes em busca de experiências autênticas. Esses negócios, como visitas guiadas, artesanato, gastronomia e hospedagem alternativa, são fomentados tanto por iniciativas comunitárias quanto por ONGs, que capacitam os moradores para fortalecer o ambiente de negócios. Contudo, o desenvolvimento econômico enfrenta desafios como a informalidade e o acesso restrito a crédito (SANTOS, 1996). Santa Marta continua a crescer com apoio de organizações que promovem turismo sustentável, demonstrando que cultura e economia podem se integrar em um modelo de desenvolvimento local.

4.1 Edésio - Cabeleireiro

Edésio Rangel tem um empreendimento de cabeleireiro na parte baixa do Santa Marta e iniciou sua jornada como empreendedor por motivação pessoal e por "querer" explorar novas oportunidades, o que difere do perfil clássico de "empreendedor por necessidade", comumente encontrado em comunidades de baixa renda. Ele relatou: "Eu estava a fim de fazer, era outra coisa, não consegui, aí eu caí nessa profissão." Essa citação sugere que, embora seu negócio tenha surgido de um ajuste em relação a outros trabalhos, sua entrada no ramo de cabeleireiro foi voluntária e motivada pela busca de uma nova carreira.

No contexto das favelas, muitos empreendedores iniciam negócios como forma de sobrevivência (GEM, 2020), mas Edésio se diferencia por seguir um caminho mais próximo ao empreendedorismo por oportunidade, conforme descrito por Gartner (1985). A sua decisão de abrir um salão veio após tentativas de ingressar em outras profissões como encanador e soldador. Isso evidencia a flexibilidade e a adaptabilidade que empreendedores em contextos adversos frequentemente demonstram.

Ao contrário de muitos relatos sobre empreendedorismo em favelas, Edésio afirmou que não encontrou grandes barreiras no início de seu negócio: "Não, não encontrei tanta barreira, não. Encontrei facilidade, facilidade. "Este testemunho vai contra estudos que destacam a burocracia, falta de infraestrutura e dificuldade de acesso ao crédito como grandes obstáculos para microempreendedores em comunidades vulneráveis (DJANKOV ET AL., 2002). A experiência positiva de Edésio pode estar ligada ao seu profundo conhecimento da comunidade e ao fato de já estar integrado ao ambiente local, o que lhe deu uma base de clientes mais sólida.

No entanto, Edésio também mencionou que sua persistência e força de vontade foram fundamentais para o sucesso de seu negócio: "A minha disposição para continuar, minha disposição, minha força e vontade." Isso reflete o espírito de resiliência descrito por Dornelas (2001), que considera o empreendedorismo como uma capacidade de adaptação e superação de dificuldades, especialmente em ambientes com poucos recursos.

Edésio relatou que não recebeu nenhum tipo de apoio externo ou de iniciativas governamentais: "Não, eu não recebi nada. Mas esforço mesmo, de mim mesmo." Esta falta de apoio reflete uma realidade comum em muitas favelas brasileiras, onde os empreendedores precisam contar majoritariamente com seus próprios recursos e habilidades para prosperar. Segundo o relatório GEM (2020), a ausência de apoio governamental ou de programas de incentivo ao empreendedorismo é uma das principais barreiras para o crescimento sustentável dos pequenos negócios em áreas de baixa renda.

Ainda assim, a experiência de Edésio demonstra como a disposição pessoal pode compensar essa falta de recursos formais. Sua habilidade de criar um negócio sólido e estável na comunidade destaca a importância da autossuficiência no empreendedorismo de favela, onde os empreendedores, muitas vezes, se tornam suas próprias fontes de motivação e apoio.

Além do lucro, o negócio de Edésio tem um impacto social positivo na comunidade. Ele realiza serviços para pessoas com dificuldades de locomoção: "Pessoa doente, pessoa que tem problema de visão, pessoa que não pode andar, eu vou em casa fazer." Este aspecto evidencia o papel do empreendedorismo social, no qual o impacto comunitário é tão importante quanto os ganhos financeiros (DEES, 1998). O fato de ele realizar cortes de cabelo para pessoas

com necessidades especiais reflete um compromisso com a comunidade que vai além da atividade empresarial tradicional.

Edésio também participa de atividades voluntárias fora do seu bairro, como no Hospital de Maricá, onde trabalha gratuitamente: "Trabalho 20 dias para mim e dez dias lá de graça para o Hospital de Marica." Isso destaca um aspecto importante do empreendedorismo social em favelas, onde muitos empreendedores combinam a busca pelo sustento com a vontade de contribuir para o bem-estar da comunidade.

Embora o aumento da concorrência seja uma preocupação para muitos empreendedores, Edésio demonstra segurança quanto à sua posição no mercado local: "Para mim foi botar mais 50 barbeiros aqui, não está dizendo nada." Essa afirmação reflete a confiança de Edésio na fidelidade de sua clientela, algo que pode ser visto como um reflexo da qualidade de seu atendimento e de seu papel estabelecido na comunidade. Sua capacidade de manter um negócio por mais de 40 anos demonstra como a construção de um relacionamento forte com os clientes pode ser uma vantagem competitiva crucial, particularmente em mercados locais.

O impacto do turismo, uma parte crescente da economia em muitas favelas, é algo que Edésio considera limitado para seu tipo de negócio: "Se eu fosse depender do turismo daqui, eu estava morrendo de fome." Embora ele mencione que alguns turistas, como o presidente da Citroën da França, cortaram o cabelo em seu salão, o turismo não parece ser uma fonte relevante de renda para o seu negócio. Esta perspectiva pode refletir as limitações do turismo de favela, que embora seja uma oportunidade crescente para alguns setores, nem sempre beneficia todos os negócios de maneira uniforme.

Quanto aos seus planos futuros, Edésio revela que está voltado para outro tipo de atividade criativa, a música: "Tem mais de 35 músicas para me gravar agora... Eu tenho uma mente boa para fazer música." Essa visão de futuro como compositor demonstra o espírito inovador e multidisciplinar que caracteriza muitos empreendedores. Schumpeter (1934) descreveu o empreendedor inovador como alguém que rompe com o status quo, e Edésio parece exemplificar isso ao explorar novas formas de expressão artística e profissional.

A entrevista com Edésio Rangel destaca diversas facetas do empreendedorismo em comunidades de baixa renda, particularmente no contexto

da favela Santa Marta. Embora ele tenha enfrentado poucos obstáculos burocráticos ou relacionados à infraestrutura, sua trajetória reflete uma forte capacidade de adaptação, inovação e compromisso com a comunidade. A experiência de Edésio ilustra como o empreendedorismo pode ser uma ferramenta de transformação social, proporcionando não apenas meios de sustento, mas também criando impactos positivos no ambiente local. Ao combinar aspectos de empreendedorismo por oportunidade, resiliência e inovação social, ele se alinha com várias das teorias discutidas na literatura sobre empreendedorismo em economias emergentes.

4.2 João - Mercearia

João comenta que "Aqui na comunidade, a gente precisa ser criativo, ver o que está faltando e como podemos atender às pessoas com o que temos." Isso demonstra a importância da capacidade de adaptação e da identificação de oportunidades em contextos de escassez, destacada por Dornelas (2001). A ideia de transformar limitações em oportunidades, comum em comunidades de baixa renda como a de João, está relacionada à inovação adaptativa, que é fundamental para a sobrevivência e sucesso de empreendimentos nessas áreas. Segundo Macedo e Silva (2018), os empreendedores em favelas desenvolvem uma percepção aguçada das necessidades locais e são capazes de mobilizar recursos limitados de forma eficaz.

Além disso, Rocha (2017) enfatiza que, em ambientes de baixa renda, os negócios geralmente surgem de necessidades locais que não são atendidas por grandes empresas. Isso é visível na estratégia de João, que busca preencher as lacunas do mercado dentro da própria comunidade.

Ao identificar uma demanda por alimentação rápida e saudável, João exemplifica a definição de empreendedorismo inovador descrita por Schumpeter (1934): o empreendedor que quebra padrões e introduz novos produtos no mercado. O relato de João, "Eu vi que o pessoal aqui precisava de mais opções de alimentação rápida e saudável, então investi nisso," mostra sua habilidade de observar necessidades e criar uma solução inovadora para o contexto local. Segundo Shane e Venkataraman (2000), a capacidade de identificar oportunidades é uma parte central do processo empreendedor, e João demonstra exatamente isso ao perceber e capitalizar uma necessidade ainda não atendida.

Essa capacidade de inovação, mesmo em ambientes de recursos limitados, é central para o desenvolvimento econômico e social de comunidades como Santa Marta, conforme discutido por Audretsch (2007), que relaciona o empreendedorismo à geração de emprego e à inovação.

Quando João fala das dificuldades financeiras: "A gente tem muita dificuldade em conseguir empréstimo, financiamento. Sem dinheiro, fica complicado crescer," ele reflete um dos maiores desafios enfrentados pelos empreendedores em contextos de baixa renda. Evans e Jovanovic (1989) explicam que a falta de capital é um grande obstáculo para a criação e crescimento de novos negócios. Além disso, Djankov et al. (2002) destacam a burocracia e as regulamentações como outros entraves significativos para empreendedores de comunidades como Santa Marta.

Em favelas, essa dificuldade é ainda mais exacerbada pela informalidade dos negócios e pela ausência de políticas públicas de apoio. Isso está em linha com o que Milton Santos (1996) descreve sobre os territórios dinâmicos das favelas, onde a informalidade predomina e os empreendedores precisam superar os desafios de um ambiente regulatório limitado.

João também menciona o apoio mútuo entre os moradores: "A gente se ajuda muito aqui na comunidade, um indica o outro, isso ajuda a manter o negócio vivo." Esse relato ilustra o conceito de redes sociais locais, que Rocha (2017) identifica como uma das forças motrizes do empreendedorismo em áreas de baixa renda. A cultura colaborativa em favelas fortalece os laços entre os empreendedores e facilita a sobrevivência dos negócios, especialmente em ambientes onde o acesso ao mercado formal é limitado.

Além disso, Valladares (2005) argumenta que as favelas são espaços de produção cultural e econômica, e esse apoio entre os moradores reflete uma identidade coletiva forte, que ajuda a manter o tecido social coeso e favorece o crescimento dos negócios locais.

Quando João afirma: "Eu gostaria de saber mais sobre gestão e finanças, acho que poderia crescer mais com esse conhecimento," ele reflete a necessidade de capacitação, que é essencial para o sucesso empreendedor, conforme Dornelas (2012). A falta de habilidades gerenciais é um desafio crítico em áreas de baixa renda, onde o acesso à educação formal e a recursos de treinamento é

limitado. Empreendedores como João, que demonstram vontade de aprender mais sobre gestão, enfrentam uma barreira significativa, mas também possuem o potencial de transformar seus negócios ao adquirir essas habilidades.

No contexto de Santa Marta, a capacitação pode ser uma ferramenta poderosa para superar muitos dos obstáculos enfrentados pelos empreendedores, como a falta de acesso a capital e os desafios burocráticos mencionados anteriormente.

Os trechos da entrevista de João, ao serem relacionados com o referencial teórico, evidenciam como os conceitos discutidos pelos autores se manifestam na prática de empreendedores em contextos de baixa renda. A capacidade de adaptação, inovação, superação de desafios financeiros e burocráticos, o uso de redes sociais locais, e a busca por capacitação são todos aspectos essenciais para entender o empreendedorismo em comunidades como Santa Marta. Esses elementos são fundamentais para a sobrevivência e sucesso dos empreendedores que, como João, buscam não só atender às demandas locais, mas também superar as limitações impostas por seu ambiente.

4.3 Francisco Juliano - Pintor e Obras

Francisco menciona que sua ideia para o negócio surgiu de um desejo pessoal: "Eu morava na casa dos meus pais. Um belo dia tive uma ideia! Por que não dar uma repaginada na casa toda?". Esse ponto destaca a origem do seu negócio que, de acordo com Schumpeter (1934), reflete o espírito inovador de encontrar uma solução criativa em um ambiente de oportunidade. Ele não começou por necessidade imediata de sobrevivência, mas pela descoberta de uma possibilidade durante a prática de uma atividade cotidiana. Essa visão de aproveitar oportunidades latentes é essencial em contextos de empreendedorismo em áreas com poucos recursos.

Quando perguntado sobre os maiores desafios, Francisco enfatiza a dificuldade em obter financiamento externo: "Talvez o financiamento! Pois ao longo desse período de 15 anos foi do meu próprio bolso". Isso reflete a ideia discutida por Evans e Jovanovic (1989) sobre como a falta de acesso ao crédito impede a expansão dos empreendimentos em áreas de baixa renda. Além disso, a auto-suficiência financeira de Francisco reflete sua resiliência, um fator discutido

por Dornelas (2001) como sendo comum entre empreendedores em contextos desafiadores.

Nessa parte ele opta por não formalizar seu negócio: "Eu sou um empreendedor, não uso MEI", como uma forma de evitar os altos impostos, que ele considera abusivos. Isso reflete a luta de muitos empreendedores em áreas de baixa renda, que muitas vezes veem a burocracia como um obstáculo para o crescimento sustentável de seus negócios. Djankov et al. (2002) analisam como as regulamentações podem ser um fardo para pequenos empreendedores, particularmente aqueles operados em áreas informais.

Percebe-se que ele usa uma abordagem simples, mas eficaz, de divulgação: "chamo de Marketing Boca a Boca, e meus clientes fazem por mim". Esse método é característico de comunidades onde o capital social é fundamental. Segundo Macedo e Silva (2018), essa prática é comum em áreas onde o acesso a plataformas de marketing mais sofisticadas é limitado, mas as redes sociais locais têm grande peso.

Na sua ótica, ele observa diferenças no valor da mão de obra entre Santa Marta e o asfalto: "Na Comunidade o valor é mais abaixo do esperado e no asfalto o valor da mão de obra é um pouco mais elevado". Essa diferença de precificação reflete as disparidades sociais e econômicas entre as duas regiões, conforme analisado por Rocha (2017), que menciona que empreendedores em favelas frequentemente enfrentam a desvalorização de seu trabalho devido à percepção externa de que os serviços oferecidos em áreas de baixa renda têm menor valor.

Embora Francisco diga que seu negócio não gera impacto social direto: "Não gera!", o fato de ele operar na comunidade já contribui para a economia local, oferecendo serviços acessíveis que atendem às necessidades de reforma e pintura dos moradores. Isso pode ser interpretado como um impacto indireto, alinhado com a visão de Dees (1998) sobre o empreendedorismo social, onde o valor gerado vai além do lucro direto.

É revelado seu desejo de expandir seu alcance: "Meus planos é de divulgar meus trabalhos tanto na Comunidade como no asfalto". Isso demonstra a ambição de crescer e alcançar novos mercados, um traço que Schumpeter (1934) descreve como intrínseco ao espírito empreendedor de buscar novas oportunidades e romper barreiras.

A análise detalhada da entrevista de Francisco Juliano ilustra como ele exemplifica a capacidade adaptativa e resiliente dos empreendedores em favelas, que enfrentam desafios únicos, como falta de financiamento e burocracia excessiva, mas ainda encontram maneiras criativas de prosperar. Através de estratégias simples, como o marketing boca a boca, e uma abordagem resiliente à informalidade, Francisco se posiciona como um empreendedor típico de áreas de baixa renda, cuja experiência oferece importantes insights para o estudo do empreendedorismo em favelas, como discutido por Schumpeter, Dornelas e Dees.

4.4 Sheila - Turismo em favela

Sheila começou seu negócio de turismo no Santa Marta em 1992, influenciada por seu envolvimento com o ativismo político e social. Ela afirma: “Eu tava em discussões políticas bem fortes na época que eu comecei, em 92”. Isso mostra que seu empreendimento surgiu de um contexto de engajamento com questões sociais, sendo um reflexo claro do empreendedorismo social, onde a atividade não se resume a uma busca por lucro, mas também por transformação social, como discutido por Dees (1998). O interesse inicial de Sheila não estava em ganhar dinheiro, mas em compartilhar a história de sua comunidade, aproveitando a crescente curiosidade das pessoas de fora sobre as favelas. Essa motivação destaca o papel do empreendedor como alguém que enxerga oportunidades a partir de contextos específicos, algo defendido por Schumpeter (1934) ao descrever o empreendedor inovador.

Sheila enfrenta diversos desafios ao ser uma mulher preta e favelada em um setor majoritariamente masculino: “Se você contar hoje quantos guias tem no Santa Marta você vai ver que talvez mais de 80% são homens.” Esse obstáculo de gênero, combinado com a realidade racial e territorial, reflete os problemas estruturais que muitas empreendedoras enfrentam em áreas de baixa renda. Valladares (2005) discute essas questões de exclusão social e as dificuldades de acesso a espaços dominados por homens em comunidades marginalizadas. Além disso, Sheila enfrenta desafios relacionados à instabilidade da segurança na comunidade, mencionando que a presença da polícia e a violência afetam diretamente o turismo: “Eu já peguei várias fases no Santa Marta, com a coisa da polícia, essas coisas elas afetam muito a nossa prestação de serviço.” Essas dificuldades mostram como fatores externos e alheios ao controle do empreendedor podem impactar diretamente a viabilidade de um negócio.

A experiência de Sheila com a burocracia mostra como empreendedores em favelas enfrentam dificuldades em se formalizar: “A burocracia realmente engenja essa gente muito. Deveria se facilitar muito mais a vida da gente.” Sheila optou por começar com um CNPJ, o que lhe permitiu participar de editais, mas a manutenção formal do negócio se mostrou dispendiosa, especialmente com a necessidade de contratar um contador. Esse ponto reflete o problema descrito por Djankov et al. (2002), que menciona a burocracia como um dos maiores entraves ao empreendedorismo em economias emergentes. A informalidade é uma escolha comum para muitos empreendedores em favelas, que veem a formalização como um fardo econômico, e Sheila traz essa questão ao mencionar que muitos não avançam por conta desses desafios.

Sheila participou de editais e incubadoras, e considera essas plataformas cruciais para o sucesso do seu negócio. Ela destaca o papel do Rio Criativo como um "divisor de águas", permitindo que ela profissionalizasse seu empreendimento e ganhasse acesso a recursos tecnológicos e de conhecimento: “Participar do Rio Criativo foi tipo assim, foi o pulo do gato.” No entanto, sua experiência com o Sebrae foi frustrante, pois a organização focava em empreendedores que estavam no início de suas jornadas, enquanto ela já tinha mais experiência: “Eu já estava num nível mais avançado.” Isso revela uma lacuna nos programas de apoio ao empreendedorismo, que muitas vezes não conseguem atender as diferentes fases de desenvolvimento dos negócios, como discutido por Shane e Venkataraman (2000), que destacam a importância de suporte específico para cada estágio do ciclo de vida empresarial.

Sheila valoriza muito as oportunidades de mentoria e participação em plataformas de incubação, onde ela pode acessar novos conhecimentos e se manter atualizada sobre as demandas do mercado: “Eu gosto muito desse processo de mentoria, de entender quais as demandas de mercado agora.” A capacidade de Sheila de aprender e adaptar novas tecnologias e processos ao seu negócio é fundamental para sua permanência no mercado, algo também discutido por Dornelas (2001), que afirma que o empreendedorismo exige constante inovação e adaptação às mudanças do mercado.

Sheila também destaca a importância do turismo e da economia criativa para o desenvolvimento econômico da favela. Ela afirma que o turismo oferece uma oportunidade de mudar a percepção negativa que muitas pessoas têm das favelas: “A ideia na verdade é essa, eu quero desconstruir essa maneira de olhar

para favela." O turismo de experiência e a valorização da cultura local são formas de promover o desenvolvimento econômico sustentável, o que está de acordo com Richards e Wilson (2007), que exploram como a economia criativa pode transformar regiões periféricas ao promover a autenticidade cultural e o capital intelectual da comunidade.

Sheila destaca as disparidades entre empreender na favela e em áreas formais da cidade, mencionando que o empreendedorismo na favela ainda é marcado pela discriminação e pela falta de recursos financeiros: "A gente sofre ainda muita discriminação... o empreendedor de favela não tem acesso a editais que dão grana." Isso reflete os estudos de Macedo e Silva (2018), que apontam que as políticas públicas frequentemente falham em fornecer acesso igualitário a recursos para empreendedores em áreas de baixa renda.

O impacto social do trabalho de Sheila vai além do turismo. Ela usa seu negócio para educar visitantes e moradores, promovendo a valorização da identidade e da história da comunidade: "Eu quero me desenvolver junto com a comunidade." Esse tipo de impacto, além do financeiro, está de acordo com o conceito de empreendedorismo social de Dees (1998), que visa não apenas o lucro, mas também a transformação social.

Sheila é um exemplo de uma empreendedora resiliente que navega pelas barreiras sociais, econômicas e burocráticas do empreendedorismo em favelas. Sua trajetória destaca a importância do apoio adequado, da adaptação e do aprendizado contínuo para o sucesso de um negócio em um ambiente desafiador como o Santa Marta. A análise de sua experiência reforça como o empreendedorismo, especialmente em contextos de vulnerabilidade, exige inovação, resiliência e o uso estratégico de recursos sociais e culturais, conforme discutido por Schumpeter (1934), Dees (1998) e Richards e Wilson (2007).

4.5 Luiza - Manicure

Luiza começou seu negócio de manicure como uma forma de complementar sua renda, uma iniciativa que evoluiu a partir de uma necessidade de sobrevivência, mas rapidamente se transformou em uma oportunidade de mercado. Ela comenta: "Eu comecei a fazer unhas das minhas vizinhas e amigas para ganhar um dinheirinho extra." Esse ponto demonstra como muitos empreendedores em comunidades de baixa renda iniciam suas atividades

informalmente, aproveitando habilidades já existentes. O empreendedorismo de Luiza pode ser interpretado como empreendedorismo de necessidade, conforme descrito por Dornelas (2001), que aponta como, em contextos de vulnerabilidade econômica, empreendedores encontram soluções criativas para driblar a falta de emprego formal. No entanto, ao reconhecer a demanda e formalizar seu negócio, Luiza faz a transição para o empreendedorismo de oportunidade, que é quando a identificação de uma lacuna no mercado leva à expansão de um negócio.

A história de Luiza também revela uma das características centrais do empreendedorismo em favelas: a proximidade com a comunidade e a capacidade de atender diretamente às suas necessidades. Schumpeter (1934) descreve o empreendedor como um inovador que transforma um setor ao identificar e aproveitar oportunidades, algo que Luiza claramente fez ao perceber que havia uma demanda crescente por serviços de manicure dentro de sua própria comunidade.

Luiza enfrenta desafios estruturais típicos do contexto de uma favela, como a falta de um espaço adequado para atender clientes: "Atendo em casa ou vou na casa das clientes, o que limita meu crescimento." Esse obstáculo é comum entre empreendedores que começam informalmente e não têm acesso a capital suficiente para alugar ou reformar um espaço adequado para o negócio. A ausência de infraestrutura é um ponto frequente no debate sobre empreendedorismo em favelas, conforme discutido por Macedo e Silva (2018), que destacam como a falta de estrutura física e de apoio institucional afeta diretamente a expansão de negócios em comunidades de baixa renda.

Outro ponto crítico mencionado por Luiza é a dificuldade de acesso ao crédito. Ela tentou expandir seu negócio, mas foi barrada por não possuir garantias suficientes para obter um empréstimo: "Não consegui aprovação de empréstimo por falta de garantias." Isso reflete as barreiras financeiras enfrentadas por empreendedores informais ou aqueles que não têm ativos para usar como apoio, um problema também destacado por Evans e Jovanovic (1989). Sem acesso a crédito, empreendedores como Luiza são forçados a operar em uma escala limitada, o que prejudica suas chances de crescimento e inovação.

Apesar dos desafios, Luiza formalizou seu negócio através do MEI, uma solução simplificada que oferece alguns benefícios, como a emissão de notas fiscais. No entanto, ela ainda menciona a dificuldade de lidar com certos aspectos

burocráticos: "Preciso de um contador para algumas coisas e nem sempre tenho dinheiro para pagar." A adoção do MEI representa um esforço para legalizar e formalizar o negócio, mas a realidade da microempreendedora revela que, mesmo com essa estrutura mais simplificada, há custos adicionais que muitos empreendedores ainda não conseguem arcar. Djankov et al. (2002) discutem que a burocracia continua sendo uma barreira significativa para empreendedores de baixa renda, mesmo em regimes de formalização simplificada como o MEI. Isso pode manter muitos negócios na informalidade por mais tempo, limitando o acesso a benefícios formais, como linhas de crédito e parcerias.

Além disso, Luiza enfrenta um dilema comum entre pequenos empreendedores: a falta de apoio especializado. A necessidade de um contador é uma barreira que poderia ser resolvida com programas mais acessíveis de contabilidade para pequenos negócios, o que poderia evitar que empreendedores como Luiza abandonem a formalização por falta de suporte técnico.

Luiza menciona que recebeu algum apoio do Sebrae, mas destaca que as orientações foram básicas: "Acho que eles ajudam mais quem está começando." Este relato demonstra uma limitação comum em muitos programas de apoio ao empreendedorismo, que focam no estágio inicial do negócio, mas muitas vezes não conseguem oferecer o suporte necessário para empreendedores que estão prontos para expandir. Shane e Venkataraman (2000) argumentam que o empreendedorismo requer suporte contínuo em diferentes estágios do ciclo de vida do negócio, e a experiência de Luiza destaca como a falta de suporte especializado pode dificultar o crescimento de empreendedores já estabelecidos.

No caso de Luiza, o tipo de apoio que ela precisaria não seria apenas orientações básicas, mas sim capacitações voltadas para expansão do negócio e acesso a linhas de crédito mais robustas. Isso se alinha com a crítica de Djankov et al. (2002) sobre a necessidade de adaptar os programas de apoio à realidade e ao estágio dos empreendedores.

Luiza aponta que um dos maiores recursos para o sucesso do seu negócio é sua rede de clientes: "O boca-a-boca ainda é o que mais traz novas clientes." Esse tipo de marketing orgânico é especialmente importante em favelas, onde o capital social desempenha um papel fundamental no crescimento do negócio. Rocha (2017) destaca que, em áreas de baixa renda, as redes sociais locais são a principal forma de divulgação de produtos e serviços, já que os empreendedores

frequentemente não têm recursos para investir em publicidade formal. O caso de Luiza ilustra como essa forma de marketing pessoal pode ser eficaz, permitindo que ela construa uma base de clientes fiel sem a necessidade de grandes investimentos.

Além disso, Luiza menciona a importância da capacitação contínua: "Gostaria de ter mais acesso a treinamentos de novas técnicas." A necessidade de aprimorar suas habilidades é um fator crítico para manter a competitividade e a qualidade do serviço, algo que Dornelas (2001) também identifica como essencial para o sucesso do empreendedorismo. A inovação em serviços de beleza, como o aprendizado de novas técnicas, permite que Luiza ofereça diferenciais no mercado, algo essencial em um ambiente competitivo como o Santa Marta.

A trajetória de Luiza como manicure no Santa Marta é um exemplo claro de como o empreendedorismo em favelas enfrenta múltiplas barreiras, desde a infraestrutura e o acesso ao crédito, até a falta de suporte contínuo e especializado para negócios em estágios mais avançados. Seu sucesso é amplamente baseado em sua resiliência e capacidade de utilizar o capital social da comunidade para manter seu negócio operando de forma sustentável, embora limitada. A necessidade de treinamento e de acesso a recursos financeiros também reflete a importância de políticas públicas mais inclusivas e de programas de apoio adaptados às necessidades de empreendedores de diferentes estágios, como discutido por Shane e Venkataraman (2000). Ao mesmo tempo, a história de Luiza exemplifica como o empreendedorismo, mesmo em contextos adversos, pode ser uma força poderosa para a inovação e a geração de renda, como argumenta Schumpeter (1934).

4.6 Análise das Experiências no Santa Marta

Ao analisar as entrevistas conduzidas com os empreendedores do Santa Marta, fica evidente o alinhamento entre suas experiências e as teorias discutidas na bibliografia. Os desafios relatados pelos entrevistados, como a dificuldade no acesso a crédito, a complexidade da burocracia e os obstáculos para formalizar negócios, refletem os pontos destacados por autores como Santos (1996), Valladares (2005) e Dornelas (2001), que descrevem as limitações estruturais e sociais enfrentadas por empreendedores em comunidades de baixa renda. Esses fatores representam barreiras significativas que não apenas limitam a expansão

dos negócios, mas também perpetuam a informalidade, dificultando o pleno desenvolvimento das iniciativas locais.

Outro ponto de convergência entre as entrevistas e a literatura está nos facilitadores presentes na comunidade, que incluem redes de apoio e solidariedade entre os moradores. Como mencionado por Dees (1998), o empreendedorismo em áreas de vulnerabilidade econômica muitas vezes vai além do aspecto financeiro, desempenhando um papel social importante. No Santa Marta, diversos empreendedores demonstram um compromisso com o bem-estar da comunidade, promovendo iniciativas que fortalecem o capital social e contribuem para a coesão comunitária. Esse caráter social do empreendedorismo na favela reforça a resiliência local e a capacidade de adaptação dos empreendedores às condições adversas.

As entrevistas também confirmam o potencial para a economia criativa na comunidade, especialmente no turismo e em atividades culturais. Como discutido por Richards e Wilson (2007), o turismo de favela e a valorização dos produtos culturais locais trazem uma diferenciação relevante para os empreendimentos no Santa Marta. Essa abordagem criativa permite que os empreendedores utilizem o ambiente e a cultura da comunidade como ativos, transformando desafios em oportunidades de negócio que têm impacto positivo tanto econômico quanto social.

Portanto, a análise das entrevistas mostra que, apesar das dificuldades, os empreendedores do Santa Marta conseguem integrar aspectos culturais, sociais e econômicos em suas atividades, criando um modelo de negócios adaptado à realidade local. Esses achados reforçam a importância de políticas públicas específicas para apoiar esses empreendedores e promovem uma compreensão mais profunda das dinâmicas empreendedoras nas favelas brasileiras, conectando diretamente a teoria com a prática observada.

5 Conclusão

O presente estudo aprofundou a análise das dinâmicas e dos desafios enfrentados pelo empreendedorismo em comunidades de baixa renda, especificamente na Favela Santa Marta, e contribuiu para uma compreensão mais ampla de como fatores sociais, culturais e institucionais interagem para apoiar ou limitar o desenvolvimento econômico em contextos de vulnerabilidade. Observou-se que, na Favela Santa Marta, o empreendedorismo não é apenas uma forma de subsistência; ele representa uma ferramenta poderosa para a construção de redes de apoio, inclusão social e desenvolvimento comunitário. O papel do empreendedorismo como meio de integração social e de fortalecimento do capital social local é essencial, e seu impacto vai além da geração de renda individual, promovendo uma mobilização coletiva que influencia a estrutura econômica da comunidade.

No decorrer da análise, verificou-se que a solidariedade comunitária e a riqueza cultural são os principais facilitadores do empreendedorismo na favela. A rede de solidariedade entre moradores, que inclui o compartilhamento de informações e recursos, gera um ambiente colaborativo e acolhedor para a criação de negócios. Além disso, a rica herança cultural, representada pelas expressões artísticas, festividades e o turismo local, constitui um fator de atração para visitantes, fortalecendo o setor de economia criativa. Esse contexto favorece a criação de pequenos negócios ligados ao turismo, à gastronomia, ao artesanato e aos serviços locais, que utilizam a identidade cultural da comunidade como diferencial competitivo.

No entanto, o estudo identificou barreiras significativas que limitam o desenvolvimento dos empreendedores locais. Dentre elas, destacam-se a dificuldade de acesso a crédito, a burocracia e os desafios para formalização dos negócios, além da vulnerabilidade econômica em geral. A falta de acesso a financiamento é um fator restritivo recorrente, visto que muitos empreendedores em comunidades de baixa renda dependem exclusivamente de recursos próprios ou informais para abrir e manter seus negócios. A ausência de políticas públicas direcionadas que facilitem o acesso a crédito e reduzam as taxas de juros para empreendedores locais reforça as desvantagens enfrentadas por esses pequenos empresários, o que é corroborado por estudos de Santos (1996) e Valladares

(2005), que enfatizam as limitações estruturais e a importância de ações governamentais específicas.

Outro desafio crucial identificado foi a informalidade, que afeta diretamente a longevidade e o crescimento dos negócios locais. Muitos empreendedores optam por permanecer informais para evitar os altos custos e a complexidade da burocracia associada à formalização, o que, por sua vez, limita o acesso a serviços bancários, benefícios trabalhistas e oportunidades de expansão. Esse fenômeno evidencia uma lacuna estrutural que afeta diretamente as comunidades mais vulneráveis, necessitando de uma abordagem que simplifique os processos de formalização e considere as particularidades locais dos pequenos empreendedores.

A pesquisa permitiu observar que o empreendedorismo em Santa Marta transcende a dimensão econômica, constituindo-se como uma força de transformação social e de fortalecimento da comunidade. Como apontado por Dornelas (2001), empreendedores em contextos de vulnerabilidade exibem uma habilidade única de adaptar-se e inovar, convertendo restrições em oportunidades. Em Santa Marta, essa adaptabilidade se manifesta na criação de soluções criativas e inovadoras que geram impacto positivo não apenas na economia local, mas também na vida dos moradores. A resiliência e a capacidade de inovação dos empreendedores da comunidade destacam-se como qualidades fundamentais para enfrentar as adversidades, proporcionando um exemplo de como o empreendedorismo pode operar como um mecanismo de inclusão e mudança social.

Para além dos aspectos práticos e econômicos, o estudo também evidenciou a importância de considerar a realidade específica das comunidades ao planejar políticas e programas de apoio ao empreendedorismo. A pesquisa mostrou que o desenvolvimento de estratégias eficazes para apoiar o empreendedorismo em áreas de vulnerabilidade deve levar em conta o contexto social e cultural local, promovendo a criação de programas de capacitação, mentoria e acesso a ferramentas que possibilitem o crescimento dos negócios de forma sustentável. Essas estratégias precisam estar alinhadas às necessidades dos empreendedores locais, sendo adaptáveis ao ambiente de informalidade e limitações financeiras que caracterizam essas comunidades.

Assim, os resultados deste estudo sugerem que, para o empreendedorismo em favelas prosperar, é essencial uma visão integrada que considere não apenas os recursos financeiros, mas também os fatores culturais e a força do capital social. O empreendedorismo na Favela Santa Marta exemplifica como uma comunidade pode transformar seus desafios em oportunidades e gerar um impacto positivo e duradouro para seus moradores.

Com base nos resultados deste estudo, a recomendação é explorar o empreendedorismo em comunidades de baixa renda sob uma perspectiva comparativa com outras favelas e áreas periféricas do Brasil. Essa abordagem permite identificar variações no impacto de fatores sociais e culturais sobre o desenvolvimento econômico em diferentes contextos, ampliando o entendimento das particularidades e necessidades de cada região.

Outra área promissora para as investigações, seria o papel das tecnologias digitais e redes sociais no crescimento de negócios em favelas. Com a popularização das plataformas digitais, especialmente em estratégias de divulgação e vendas, uma análise sobre o impacto dessas ferramentas na ampliação de mercados e nas redes de apoio comunitário poderia oferecer insights relevantes. Esse enfoque ajudaria a avaliar o potencial das redes sociais como canais de expansão e resiliência, permitindo aos empreendedores locais explorarem novas oportunidades e conectar-se com consumidores fora de seu contexto imediato.

Por fim, recomenda-se que futuros estudos analisem o empreendedorismo feminino nas favelas, observando os desafios específicos enfrentados por mulheres empreendedoras e seu papel na dinâmica socioeconômica local. Compreender as dificuldades e as contribuições das empreendedoras pode favorecer o desenvolvimento de políticas públicas mais eficazes e inclusivas, proporcionando um suporte mais adequado para o crescimento e a formalização de negócios liderados por mulheres em comunidades de baixa renda.

6. Referências Bibliográficas

AUDRETSCH, D. B. **Entrepreneurship and economic growth**. Oxford: Oxford University Press, 2012.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

COUTINHO, L. F. **Burocracia e empreendedorismo no Brasil: uma análise crítica**. *Economia & Sociedade*, 2019.

DEES, J. G. (2001). **The meaning of social entrepreneurship**. Disponível em: <https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deas_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf>. Acesso em: 10 de julho de 2024.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenas empresas**. *Revista de Administração*, 1999.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Brasil Report 2020. Londres: GEM, 2020.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Global Report 2020/21. Londres: GEM, 2020.

GEM (**GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR**). Relatório Global GEM 2020. Londres: GEM, 2020.

MACEDO, M. A.; SILVA, T. P. **Empreendedorismo em comunidades de baixa renda: desafios e oportunidades**. *Revista Brasileira de Empreendedorismo*, 2018.

MINAYO, M. C. de S. **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

RICHARDS, G., & WILSON, J. (2007). **Tourism, creativity, and development**. **ResearchGate**. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/347975503_Tourism_Creativity_and_Development>. Acesso em: 04 de agosto de 2024.

RIBEIRO, L. C. Q. **Favela: Alegria e dor na cidade**. 2014.

ROCHA, H. C. **Dinâmicas de negócios em favelas: o caso do Santa Marta**. *Estudos de Desenvolvimento Local*, 2017.

SANTOS, M. **A Urbanização Brasileira**. São Paulo: Edusp, 1996.

SCHUMPETER, J. A. **The Theory of Economic Development**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.

SEBRAE. **Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa**. 2021.

Sebrae. **Empreendedorismo na favela: Desafios que são oportunidades**. Disponível em:< <https://sebraeplay.com.br/content/empreendedorismo-na-favela-desafios-que-sao-oportunidades>>. Acesso em: 23 junho 2024.

Sebrae. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil**. Disponível em:< <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil.ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 23 junho 2024.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). **Creative Economy Outlook 2018**. Disponível em:< <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2018>>. Acesso em: 15 de julho de 2024.

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

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

7 . Apêndices

1.1 Questionário enviado para os empreendedores do Santa Marta

Este roteiro foi utilizado para conduzir as entrevistas com os empreendedores locais, visando compreender os desafios e as oportunidades do empreendedorismo na Favela Santa Marta.

Perguntas:

Nome:

Idade:

Tipo do negócio:

Quanto tempo empreende:

Já teve outro empreendimento:

1- O que o motivou a começar seu próprio negócio no Santa Marta? Você diria que foi uma oportunidade de mercado ou uma necessidade de sobrevivência?

2- Quais são os maiores desafios que você enfrenta como empreendedor na comunidade? (financiamento, infraestrutura, regulamentação, etc.)

3- Como você lida com a burocracia e as barreiras impostas pelas regulamentações?

4- Você recebeu algum apoio de organizações externas ou iniciativas do governo? Quais foram os mais úteis?

5- Quais são os principais recursos que você considera essenciais para seu negócio prosperar aqui?

6- Você identificou novas oportunidades de negócio com base nas necessidades da comunidade local? Como as aproveitou?

7- A concorrência local é uma preocupação para você?

8- Além do lucro, seu negócio gera algum impacto social positivo na comunidade? Como isso acontece?

9- O turismo e a cultura local influenciam o seu negócio de alguma forma? Como você vê o impacto da economia criativa na favela?

10- Em sua opinião, existem diferenças entre empreender em favela e/ou no asfalto?

11- Quais são seus planos futuros para expandir ou melhorar seu negócio no Santa Marta?

1.2 Questionário enviado para a Coordenadora do Projeto HUB

Este roteiro foi utilizado para conduzir a entrevista com a coordenadora do projeto HUB, visando compreender os desafios, as estratégias e os impactos do projeto no apoio ao empreendedorismo na Favela Santa Marta. A intenção foi explorar como o projeto contribui para o desenvolvimento local e entender as percepções da coordenadora sobre as oportunidades e as barreiras enfrentadas pelos empreendedores na comunidade.

Perguntas

Nome:

Idade:

Formação acadêmica:

Já empreendeu? Em que?

- 1 Quais são os principais desafios que os empreendedores enfrentam quando estão começando seus negócios, e como o projeto os ajuda a superá-los?
- 2 Quais ferramentas ou recursos o projeto oferece para apoiar os empreendedores na gestão eficiente dos seus negócios?
- 3 Como o projeto identifica as principais necessidades dos empreendedores locais?
- 4 Que tipo de feedback você recebe dos participantes sobre o impacto do projeto em suas vidas e negócios?
- 5 Quais habilidades são mais desenvolvidas ao longo do acompanhamento do projeto?
- 6 Por que você montou esse projeto?
- 7 Existem planos para expandir o escopo do projeto para outras comunidades ou áreas?
- 8 De que maneira o projeto avalia o sucesso de um empreendedor que participa do programa?