



## **Mercado para imóveis de uso comercial em favelas: estudo piloto no Jacarezinho**

**N° 20030702**

**Julho - 2003**

Pedro Abramo - convênio IPP/Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro -  
IPPUR/Universidade Federal do Rio de Janeiro



**PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO**  
**Secretaria Municipal de Urbanismo**  
Instituto Municipal de Urbanismo Pereira Passos

## EXPEDIENTE

---

A **Coleção Estudos Cariocas** é uma publicação virtual de estudos e pesquisas sobre o Município do Rio de Janeiro, abrigada no portal de informações do Instituto Municipal de Urbanismo Pereira Passos da Secretaria Municipal de urbanismo da Prefeitura do Rio de Janeiro (IPP) : [www.armazemdedados.rio.rj.gov.br](http://www.armazemdedados.rio.rj.gov.br).

Seu objetivo é divulgar a produção de técnicos da Prefeitura sobre temas relacionados à cidade do Rio de Janeiro e à sua população. Está também aberta a colaboradores externos, desde que seus textos sejam aprovados pelo Conselho Editorial.

**Periodicidade:**

A publicação não tem uma periodicidade determinada, pois depende da produção de textos por parte dos técnicos do IPP, de outros órgãos e de colaboradores.

**Submissão dos artigos:**

Os artigos são submetidos ao Conselho Editorial, formado por profissionais do Município do Rio de Janeiro, que analisará a pertinência de sua publicação.

**Conselho Editorial:**

Ana Paula Mendes de Miranda, Fabrício Leal de Oliveira, Fernando Cavallieri e Paula Serrano.

**Coordenação Técnica:**

Cristina Siqueira e Renato Fialho Jr.

**Apoio:**

Iamar Coutinho

CARIOCA – Da, ou pertencente ou relativo à cidade do Rio de Janeiro; do tupi, “casa do branco”. (Novo Dicionário Eletrônico Aurélio, versão 5.0)

# MERCADO PARA IMÓVEIS DE USO COMERCIAL EM FAVELAS: ESTUDO PILOTO NO JACAREZINHO\*

*Pedro Abramo - convênio IPP/Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro - IPPUR/Universidade Federal do Rio de Janeiro*

## **Apresentação**

Até o momento, procuramos entender os processos de estruturação intraurbana através dos mecanismos de produção e mercantilização imobiliária, restrito ao mercado residencial. Entretanto, outra dimensão importante do estudo do mercado imobiliário informal é a possibilidade de articular estudos de localização residencial de famílias de baixa renda com o mercado de trabalho. Em trabalhos recentes, alguns autores (Thisse, 1998)<sup>1</sup> enfatizam que as preferências locacionais das famílias estariam intimamente vinculadas às características do mercado de trabalho. Nesse estudo, as teses do mercado de trabalho segmentado são utilizadas para explicar alguns resultados empíricos da estrutura residencial em cidades européias que contrariam os resultados tradicionais dos modelos neoclássicos de uso do solo. Em nossos resultados preliminares sobre o mercado imobiliário em favelas, verificamos uma relação significativa do fator proximidade do trabalho como elemento importante nas preferências locacionais. Porém, esses resultados são bastante inferiores à idéia corrente de que os pobres se localizam em favelas fundamentalmente buscando a proximidade do emprego efetivo ou virtual. Uma série de outros fatores são listados como fatores importantes na decisão de localização residencial. Esse resultado, entretanto, não significa uma ausência denexo analítico entre o mercado imobiliário e o mercado de trabalho. Uma das hipóteses prováveis que explicaria os níveis elevados dos preços relativos dos imóveis na favela, e em particular, os preços do mercado de aluguéis, diz respeito à informalidade do mercado de trabalho e da informalidade do mercado imobiliário nas favelas. Entender o funcionamento deste mercado comercial torna-se fundamental para entender os nexos local de moradia x acessibilidade; legalidade x ilegalidade. Quem são os proprietários desses imóveis comerciais? A mão de obra utilizada é da própria comunidade? Ou seja, será que existe algumnexo entre escolha da moradia x possibilidade de emprego na comunidade escolhida? Como se formam estes preços?

Para que possamos responder estas questões, foi realizado um estudo piloto na comunidade do Jacarezinho, a segunda maior favela da cidade do Rio de Janeiro, e que foi escolhida para receber um projeto piloto da Prefeitura da Cidade em convênio com a Bauhaus para uma “célula urbana”, ou seja, uma revitalização numa área com cerca de 5 mil metros quadrados, que será provida de cultura, lazer e infra-estrutura com o poder de “contaminar” o restante da comunidade. Com estimativa total de gastos em R\$ 2,5 milhões, o projeto deverá ficar pronto em mais 2 anos. Estão previstos novos edifícios, como um núcleo experimental (com estúdios de TV e vídeo, Internet-café e espaços multiusos para festas e seminários), centros de dança, centros de

\* Este relatório é resultado parcial do convênio (Termo Aditivo de 23/10/2002) assinado entre o Instituto Pereira Passos e o Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional (IPPUR) da UFRJ e a Fundação Universitária José Bonifácio (FUJB) sobre estudos sócio-econômicos e espaciais sobre os assentamentos de baixa renda na Cidade do Rio de Janeiro.

<sup>1</sup>Thisse, J.F. (1998): La Concurrence Spatiale “in” Pousard ed. (1988)

criatividade (oficinas de cerâmica, costura e pequenos centros de capacitação) e de recreação, além de infra-estrutura urbana no entorno.

A favela do Jacarezinho possui estrutura comercial e mercado imobiliário compatível com modelo de cidade média em nosso país. São 58 mil habitantes distribuídos numa área total de 350 mil metros quadrados, numa das regiões mais populosas do Estado. As casas foram erguidas umas ao lado das outras e há trechos em que não existem nem ruelas separando as janelas dos moradores.

As características econômicas que apresenta o Jacarezinho são configuradas nas primeiras décadas do séc. XX. O crescimento da favela foi adquirindo um perfil operário como resultado da concentração de mão de obra das fábricas que se estabeleciam na região e cujo número, como processo de industrialização na década de 50, aumentava significativamente, de forma acelerada. O Complexo do Jacarezinho, em relação a outras comunidades de baixa renda, ainda hoje apresenta a peculiaridade de concentrar um importante número de indústrias de diferente porte assim como um amplo comércio diversificado e consolidado. Esta peculiaridade determina um perfil particular em relação a outras favelas, assim como uma “imagem” diferente, apesar da existência de setores menos favorecidos a até marginalizados que apresentam condições de vida extremamente críticas.

Para isto, foi realizado um levantamento estatístico referente às características das unidades econômicas na comunidade através da aplicação de um censo de estabelecimentos, o que permitirá uma análise detalhada da estrutura produtiva da comunidade. O objetivo da pesquisa foi o de levantar informações sobre a diversificação e o grau de heterogeneidade quanto a forma de organização, funcionamento e nível de formalização das unidades econômicas existentes no jacarezinho.

Esta pesquisa investigou os negócios/estabelecimentos localizados em imóveis não residenciais da comunidade. Também estão no âmbito da pesquisa os estabelecimentos localizados em imóveis residenciais da comunidade que possuam pelo menos uma porta de entrada independente do acesso ao interior do domicílio. Não serão levados em consideração aqueles localizados em imóveis residenciais que tenham balcões ou janelas que permitam a realização do negócio sem a necessidade de acesso ao interior do domicílio ou as unidades econômicas que exerçam a atividade em via pública.

## **Introdução\***

As favelas do Rio abrigam uma imensa população de trabalhadores que, diariamente, se dirigem aos locais de trabalho situados em diversos pontos da cidade como um todo. Incluem também um sem número de atividades econômicas desenvolvidas por empreendedores, geralmente moradores locais, que também empregam pessoas, moradoras ou não na localidade.

Há estabelecimentos de comércio e prestação de serviços dos mais diferentes tipos e portes, desde supermercados até agências bancárias, passando por pequenos bares, oficinas de automóveis e agências de serviços públicos. Todos funcionam, normalmente, seguindo as regras de mercado. As diferenças em relação ao resto da cidade se dão quanto ao grau de informalidade que nas favelas é maior. Mesmo assim, nas grandes favelas, muitos estabelecimentos pagam impostos, têm licença de funcionamento e registram seus empregados.

---

\* Esta Introdução foi amplamente baseada em Cavallieri. F. Dados econômicos sobre as favelas do Rio, mimeo, 2003.

Em 2001, na cidade do Rio de Janeiro havia cerca de 5 estabelecimentos para cada 100 habitantes da área formal. Numa pesquisa recente realizada em 9 favelas de porte médio beneficiadas pelo Programa Favela-Bairro essa taxa era em média de 1,9.

As regras de formação de preço são as de mercado, e há o mesmo tipo de dinâmica observável no resto da cidade. Ou seja, algumas lojas abrem e fecham, de acordo com as leis da livre concorrência, mas também há outras que funcionam regularmente há décadas.

Muitos dos bens e serviços consumidos pelos moradores são adquiridos na própria favela que ainda os “exporta” para as comunidades da vizinhança. Em função da concentração de população nas grandes favelas, é comum se encontrar estabelecimentos mais amplos e diversificados do que nos bairros do entorno, aonde a densidade demográfica é menor.

O relacionamento com a economia urbana também se processa de forma normal, uma vez que a maioria dos bens comercializados nas favelas são produzidos externamente e entregues pelos meios convencionais aos comerciantes locais. Observam-se lojas que fazem parte de cadeias existentes em outros bairros da cidade. A atividade industrial é menor, embora exista, visto tratar-se de áreas predominantemente habitacionais com quase nenhum espaço para atividades fabris.

A renda das pessoas é menor do que no resto da cidade. Em 2000, segundo o IBGE, a renda média mensal dos responsáveis pelos domicílios na cidade era de US\$781, enquanto que no Jacarezinho era de US\$ 178, na Rocinha US\$ 213.

O mercado imobiliário de compras e aluguel funciona perfeitamente, dando aos agentes confiança na segurança das transações efetuadas e certeza da possibilidade de operações futuras. É comum haver organismos comunitários locais, que funcionam como cartórios, registrando as negociações realizadas, uma vez que a propriedade, embora efetiva, não seja totalmente formalizada. Também nessa área, verifica-se um longo processo de criação de um parque imobiliário como também de compras, vendas e locações. As Associações de Moradores, sobretudo as mais organizadas, quando não o próprio Poder Público, costumam regulamentar, minimamente, as formas de uso e ocupação do solo no interior das favelas, de modo a preservar e espaço público e orientar as formas de construção.

## **Metodologia de pesquisa**

Podemos afirmar que a constituição de bancos de dados sobre o mercado imobiliário em favelas é um avanço substancial em nossa linha de pesquisa e acreditamos que podemos abrir novas perspectivas de entendimento da realidade urbana brasileira em particular no entendimento entre os nexos entre o mercado de residências e o mercado de trabalho, principalmente entre os segmentos mais pobres das cidades brasileiras. Esses bancos de dados são elaborados com informações sobre o mercado imobiliário das favelas da cidade do Rio de Janeiro coletadas pela pesquisa de campo realizada de forma contínua pelo projeto. Conforme metodologia explicada no projeto anterior, aplicamos três questionários por favela: o primeiro desses questionários tem base amostral e procura ser um questionário geral sobre as condições de habitabilidade, acessibilidade, políticas públicas e trajetórias e preferências residenciais. O segundo e o terceiro questionários são direcionados aos compradores e vendedores de imóveis na favela e procura levantar informações sobre as principais variáveis do mercado imobiliário e mobilidade residencial em favelas. As informações desses questionários alimentam nosso banco de dados sobre mercado imobiliário em favelas e constituem uma fonte primária de informações sem paralelo na

cidade do Rio de Janeiro. Simultaneamente ao trabalho de pesquisa de campo, estamos estruturando uma rede de informantes locais (em cada favela) para garantir o monitoramento (sobretudo em relação aos preços imobiliários) desse mercado. Esse banco de dados do mercado imobiliário informal apresenta o mesmo perfil do banco de dados do mercado formal o que permite estabelecer um conjunto de análises comparativas entre esses dois mercados. Porém, essa problematização conceitual não pretende avançar no terreno exclusivo dos conceitos. Acreditamos que nossos arquivos se prestam também a uma outra forma de apropriação; a "estilização" do processo de estruturação intra urbana.

Dessa forma, a possibilidade de realizar um estudo piloto sobre o mercado comercial de imóveis nos permite articular as teorias sobre a estruturação intra-urbana e as teorias do mercado de trabalho, além do ineditismo de fornecer dados estatísticos que permitam conhecer as organizações produtivas que se inserem os moradores/trabalhadores desta comunidade.

Para isso, o primeiro passo foi o de tentar identificar como estava estruturado este mercado, e de que universo estávamos falando. Com a ajuda da Associação de Moradores, e utilizando a metodologia de coleta do censo demográfico do IBGE, percorremos todos os setores censitários realizando um levantamento de todos os estabelecimentos (conforme definição pré-estabelecida) existentes na comunidade. Com isso, pudemos definir todas as etapas seguintes: tamanho da amostra, definição de questionário e seleção/treinamento da equipe de campo.

### **Âmbito da pesquisa**

Esta pesquisa investigará os negócios/estabelecimentos localizados em imóveis não residenciais da comunidade. Também estão no âmbito da pesquisa os estabelecimentos localizados em imóveis residenciais da comunidade que possuam pelo menos uma porta de entrada independente do acesso ao interior do domicílio e aqueles localizados em imóveis residenciais que tenham balcões ou janelas que permitam a realização do negócio sem a necessidade de acesso ao interior do domicílio.

### **Unidade de investigação**

A pesquisa adota o **estabelecimento** como unidade de investigação. **Cabe ressaltar que toda e qualquer unidade econômica que esteja de acordo com a definição do âmbito da pesquisa deve ser pesquisada independentemente de sua constituição jurídica, isto é, estabelecimentos não registrados no Cadastro Geral de Contribuintes do Ministério da Fazenda (CGC) também estão no âmbito da pesquisa.**

### **Coleta de informações**

A coleta das informações foi realizada através de pesquisa direta, por intermédio de entrevistadores. Cabe ressaltar que toda a equipe de campo foi composta por moradores da comunidade do Jacarezinho, que já haviam participado de trabalhos sociais desenvolvidos pela Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro (como Projeto Jovem, ou Programa de Erradicação da Dengue). Após seleção, realizamos um treinamento para explicação de todas as variáveis que compunham o questionário e distribuimos um kit campo: uma camisa e um crachá de identificação, um manual do questionário e uma carta de apresentação.

O questionário era composto por 4 partes: informações cadastrais dos estabelecimentos, características da organização e funcionamento do negócio, informações contábeis e projeto célula urbana.

### **Classificação de atividades**

A classificação de atividades tem por objetivo organizar as informações das unidades econômicas. A classificação adotada pela pesquisa é a Classificação de Atividades Econômicas (CNAE).

### **Abrangência de investigação**

Considerando-se as restrições operacionais e orçamentárias, constatou-se a impossibilidade de realizar o levantamento das informações através de uma operação censitária. Assim, nesta pesquisa utiliza-se a técnica estatística de **amostragem probabilística** pela qual uma parte da população alvo é selecionada de forma que os resultados da pesquisa sejam válidos para toda a população.(ver Anexo)

### **Período de referência das informações**

O período de referência das informações é o mês de referência da pesquisa. Como a coleta de informações na Comunidade foi realizada no mês de junho de 2003, o mês de referência da pesquisa foi o mês de maio de 2003, isto é, o período compreendido entre os dias 01 e 31 de maio de 2003.

### **Conceituação das variáveis investigadas**

#### **Informações contábeis**

#### **Descrição das despesas:**

**Matéria-prima:** Inclui os gastos com compras de matérias-primas utilizadas para produção de bens ou serviços.

**Mercadorias para revenda:** refere-se ao valor das mercadorias adquiridas para revenda e inclui os custos incorridos até a entrega no estabelecimento, tais como: despesas de fretes.

**Mão-de-obra:** refere-se aos gastos com pessoal, isto é, o total das importâncias pagas a título de salários fixos e outras remunerações (vale-transporte, auxílio alimentação e outros benefícios) pagos à pessoas ocupadas no Negócio, independentemente de terem ou não vínculo empregatício, desde que sejam remuneradas pelo negócio. Inclui, também, as retiradas dos sócios/proprietários, comissões sobre vendas e participação nos lucros sem dedução das parcelas correspondentes às cotas de Previdência e Assistência Social. Não Inclui 13º salário, abono de férias, indenizações.

**Encargos sociais (parte de empregador):** Refere-se às despesas com contribuições para a previdência social incidentes sobre os salários pagos e retiradas, bem como as contribuições para o FGTS e as contribuições para previdências privadas por parte dos sócios/proprietários.

**Combustível:** Refere-se às despesas com combustível, peças e manutenção dos meios de transporte caso o negócio utilize veículos, bem como qualquer gasto com combustível utilizado para o desenvolvimento da atividade.



**Outros gastos:** refere-se às despesas com material de expediente, contribuições à entidades de classe, despesas pagas à pessoas sem vínculo empregatício ou a empresas prestadoras de serviços especializados, tais como: serviços contábeis, despachantes, manutenção de imóveis, etc..

### **Demonstrativo de receita**

**Receita:** refere-se à receita bruta obtida com venda de produtos de fabricação própria, revenda de mercadorias e prestação de serviços, não deduzidas dos impostos. Inclui-se neste quesito receitas financeiras.

### **Utilização/Obtenção de crédito**

Investiga-se a utilização de crédito ou financiamento para o exercício da atividade. Pagamentos via cheques pré-datados e cartões de crédito são considerados formas de financiamento. Quanto à obtenção de crédito investiga-se a principal fonte de obtenção de crédito, o valor do último financiamento utilizado e a respectiva forma de pagamento (número e valor das prestações).

### **Valor do negócio/Estabelecimento**

Refere-se ao valor do negócio/estabelecimento, incluindo o valor do imóvel e do ponto, declarado pelo informante (sócio/proprietário).

### **Renda mensal familiar dos sócios/proprietários**

Refere-se ao valor declarado do rendimento mensal em dinheiro auferido pela família de cada sócio/proprietário do negócio. O informante é instruído a considerar como componentes da renda mensal familiar o rendimento proveniente de trabalho, aposentadoria, pensão, aluguel, seguro desemprego e rendimentos de outras fontes de todas as pessoas da família.

### **Fonte de procedência de insumos**

Pesquisa-se a principal fonte de insumos utilizados na produção de mercadorias ou na prestação de serviços oferecidos pelo negócio/estabelecimento, bem como a principal fonte dos produtos comercializados nos estabelecimentos da Comunidade. As fontes de insumos estão classificadas de acordo com o local em que são produzidos ou comprados. Adicionalmente, se produzidos na Comunidade, deseja-se identificar se os produtos comercializados por um dado estabelecimento são de fabricação própria ou proveniente de algum outro negócio na Comunidade, incluindo-se neste caso a produção de trabalhadores por conta-própria residentes na Comunidade.

### **Resultados obtidos**

A seguir, os resultados obtidos com as tabulações da pesquisa de campo realizada nos estabelecimentos entrevistados na comunidade do Jacarezinho.



**Tabela 1 - Anos de funcionamento**

Anos	Porcentagem
De 0 a 5	58.30
De 6 a 10	15.60
De 10 a 15	8.40
De 16 a 20	5.90
De 20 a 30	6.90
De 30 a 40	2.20
Mais de 40	2.70
<b>Total</b>	<b>100.00</b>

A tabela 1 nos mostra o tempo de existência do estabelecimento comercial na Comunidade do Jacarezinho. Como podemos observar, o tempo curto, ou seja, de 0 a 5 anos de existência, é o que ocorre com mais intensidade (58,30% dos casos). Os estabelecimentos com idade de 6 a 10 anos correspondem a 15,60% dos total de estabelecimentos entrevistados. Percebemos, então, que as porcentagens vão decaindo a medida que o número de anos de funcionamento do estabelecimento vai aumentando, chegando a ter apenas 2,70% de estabelecimentos com mais de 40 anos.

**Tabela 2 - Quantos sócios neste negócio**

Número de sócios	Porcentagem
0	8.10
1	73.80
2	15.00
3	2.00
4	0.20
5	0.50
14	0.20
40	0.10
<b>total</b>	<b>100.00</b>

A tabela 2 nos traz o número de sócios que os proprietários de estabelecimento possuem. A maioria das pessoas entrevistadas disse ter apenas 1 sócio (73,90% dos casos). Já 15,10% disseram ter 2 sócios. Apenas 2,10% disseram ter 3 sócios e 0,5% dos entrevistados disseram ter 5 sócios. Onde temos 14 e 40 sócios são os casos de cooperativas, como, por exemplo, a de moto-táxi.

**Tabela 3 – Número de sócios que residem na comunidade**

Número de sócios	Porcentagem
1	88.50
2	9.10
3	1.80
4	0.20
5	0.20
40	0.10
<b>Total</b>	<b>100.00</b>

Na tabela 3 podemos analisar a porcentagem do número de sócios de estabelecimentos que vivem na comunidade do Jacarezinho. 88,50% dos entrevistados

possuem 1 sócio residindo na comunidade. 9,10% dos sócios de estabelecimentos têm 2 sócios residindo na comunidade. Estabelecimentos com 3, 4 e 5 sócios residindo na comunidade possuem uma percentagem irrisória de 1,80%, 0,20% e 0,20%, respectivamente.

**Tabela 4 - Quantas horas funciona o negócio**

H o r a s	Porcentagem
0	0.70
1	0.20
3	0.30
4	1.10
5	1.20
6	3.00
7	1.30
8	12.20
9	2.90
10	19.00
11	5.20
12	29.00
13	4.00
14	5.40
15	6.10
16	4.40
17	1.90
18	1.10
20	0.20
23	1.00
<b>Total</b>	<b>100.00</b>

Esta tabela 4 nos traz a percentagem dos estabelecimentos da comunidade relativa ao número de horas em que o comércio/ serviço está em funcionamento. A maior percentagem ficou com 29,0% dos casos que funcionam 12 horas por dia. A percentagem seguinte foi a de 19,0%, casos estes de estabelecimentos que funcionam 10 horas por dia. 12,20% funcionam 8 horas por dia. Depois destas percentagens mais altas, podemos registrar menores índices no restante de número de horas trabalhadas por dia, porém ainda significativos. Estes casos giram em torno de 6,10% (como é o caso de 15 horas trabalhadas por dia), até 4,0% (caso de 13 horas trabalhadas por dia). Após estas percentagens médias, temos outros índices baixos, oscilando entre 0,20 até 3,0% dos casos.

**Tabela 5 - Quantos dias da semana funciona o negócio?**

Dias	Porcentagem
2	0.30
3	1.40
4	0.70
5	7.00
6	18.20
7	72.40
<b>Total</b>	<b>100.00</b>

A tabela 5 nos mostra a porcentagem de quantos dias na semana são úteis para o funcionamento do negócio na comunidade. Uma maioria esmagadora de estabelecimentos, com 72,40% dos casos, funciona 7 dias da semana, ou seja, todos os dias, sem nenhum descanso. 18,20% dos estabelecimentos funcionam 6 dias na semana, e apenas 7,0% funciona 5 dias. Os estabelecimentos que estão localizados na faixa de 2 e 3 dias na semana (0,30 e 1,40%, respectivamente) são os que funcionam apenas nos finais de semana.

**Tabela 6 - Quantos meses em funcionamento, nos últimos 12 meses?**

Meses	Porcentagem
0	2.30
1	2.20
2	1.50
3	2.80
4	2.00
5	2.00
6	4.50
7	0.90
8	2.70
9	1.20
10	1.50
11	1.40
12	74.90
<b>total</b>	<b>100.00</b>

Na tabela 6 vemos que a maioria dos estabelecimentos entrevistados funcionou nos últimos 12 meses (74,9%). Os estabelecimentos que responderam algo diferente disto, ou seja, funcionaram entre 1 e 11 meses durante o último ano, se distribui em uma porcentagem bastante baixa, que varia de 0,9% a 4,5%.

**Tabela 7 - Percentual de clientes que moram na comunidade**

Percentual de clientes	Porcentagem
1	0.20
5	0.20
10	0.40
20	0.50
30	0.40
50	1.30
60	0.70
70	3.00
80	14.90
83	0.10
85	1.30
90	15.70
93	0.50
95	8.30
98	3.10
99	2.20
100	47.30
<b>Total</b>	<b>100.00</b>

Vemos na tabela 7 que quase a metade dos estabelecimentos entrevistados acham que 100% dos seus clientes moram na comunidade (47,30%). 29,8% acham que de 90% a 99% dos seus clientes moram na comunidade. 16,3% dos estabelecimentos entrevistados acham que a porcentagem de clientes que moram na comunidade é de 80,0% a 89,0%. E apenas 6,7% acham que varia de 0 a 70% a porcentagem de clientes que moram na comunidade.

**Tabela 8 - Percentual de clientes que não moram na comunidade**

<b>Percentual de clientes</b>	<b>Porcentagem</b>
0	47,40
1	2,20
2	2,90
5	8,30
7	0,50
10	15,80
12	0,20
15	1,30
17	0,10
20	14,90
30	3,00
40	0,70
50	1,50
70	0,40
80	0,50
90	0,40
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

A tabela 8 nos mostra qual a porcentagem de clientes do estabelecimento entrevistado que não mora na comunidade. Quase a metade dos entrevistados diz que 0% dos seus clientes não mora na comunidade. 15,8% dizem que 10% dos seus clientes não moram na comunidade. 14,9% acham que 20% dos seus clientes não moram na comunidade e apenas 6,5% dos estabelecimentos entrevistados acham que 30 a 90% dos seus clientes não moram na comunidade.

**Tabela 9 - Local de funcionamento do negócio**

<b>Local</b>	<b>Porcentagem</b>
<b>Imóvel não residencial</b>	75.00
<b>Residência</b>	13.60
<b>Via pública</b>	11.40
<b>Total</b>	<b>100.00</b>

Na tabela 9 vemos que a maioria dos estabelecimentos da comunidade do Jacarezinho se encontra em imóvel não residencial (75% dos casos). 13,6% dos casos se refere à imóveis localizados em residências e 11,40% dos estabelecimentos se encontram em via pública.

**Tabela 10 - Aquisição do ponto**

	Porcentagem
<b>Sim</b>	17.60
<b>Não</b>	82.40
<b>Total</b>	100.00

A questão da aquisição do ponto pode ser analisada na tabela 10 onde vemos que a maioria não adquiriu o ponto do seu estabelecimento quanto este foi comprado ou alugado ou cedido. Apenas 17,6% dos estabelecimentos entrevistados adquiriram o ponto.

**Tabela 11 - Condição de ocupação**

Condição	Porcentagem
<b>Próprio já pago</b>	47.33
<b>Próprio ainda pagando</b>	0.70
<b>Alugado</b>	39.92
<b>Emprestado/cedido</b>	9.34
<b>Arrendado</b>	0.23
<b>Outro</b>	2.47
<b>Total</b>	100.00

Quando perguntados pela condição de ocupação do imóvel onde está localizado o estabelecimento, as respostas referentes às situações próprio já pago e alugado ficaram com uma porcentagem equilibrada: 47,33 e 39,92%, respectivamente. 0,7% respondeu ser próprio o estabelecimento, porém ainda pagando; 9,34% responderam ser emprestado/ cedido o imóvel do seu negócio; 0,23% disse ser arrendado e 2,47% dos casos referem-se ao item “outra condição”.

**Tabela 12 - Forma de ocupação do imóvel**

Forma	Porcentagem
<b>Comprou lote</b>	8.37
<b>Ocupou imóvel</b>	2.99
<b>Comprou a casa</b>	28.82
<b>Comprou a laje</b>	5.08
<b>Comprou barraco</b>	2.28
<b>Não se aplica</b>	52.46
<b>Total</b>	100.00

Esta tabela (12) nos mostra como os estabelecimentos entrevistados ocuparam o imóvel no qual estão funcionando. Uma porcentagem grande também (28,83%) disse ter comprado o imóvel no qual funciona o seu negócio; 8,37% ocuparam o lote; 5,08% compraram a laje; 2,99% ocupou o imóvel e 2,28 comprou o barraco onde está o seu estabelecimento hoje. A porcentagem alta dos casos que não se aplicam (52,46%) refere-se aos casos de imóveis que estão alugados, por exemplo, e não se encaixam na pergunta.

**Tabela 13 - Como obteve informação sobre este imóvel?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Jornal</b>	0.54
<b>Porta a porta</b>	2.85
<b>Amigos</b>	34.50
<b>Associação</b>	0.48
<b>Corretor</b>	0.12
<b>Placa</b>	5.85
<b>Não se aplica</b>	55.67
<b>Total</b>	100.00

Quando o entrevistado responde que o imóvel é próprio já pago ou ainda esta pagando, é perguntado para ele então como ele soube daquele imóvel. A tabela 13 nos mostra que a maior porcentagem válida, ou seja, fora os casos que não se aplicam a questão, como os alugados, por exemplo, é a porcentagem da informação obtida por amigos e/ou parentes (34,50%). Informações obtidas através de placas ficaram com 5,85% dos casos e a informação obtida porta a porta ficaram com 2,85% dos casos. “Jornal”, “Associação” e “Corretor” ficaram com uma porcentagem extremamente baixa, variando de 0,12 a 0,54% dos casos. A porcentagem alta dos casos que não se aplicam (55,67%) refere-se aos casos de imóveis que estão alugados, por exemplo, e não se encaixam na pergunta.

**Tabela 14 - Fechou pelo valor pedido pelo imóvel?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	32.49
<b>Não</b>	12.19
<b>Não se aplica</b>	55.32
<b>Total</b>	100.00

Ainda perguntando aos proprietários de estabelecimentos, cujo imóvel é próprio já pago ou ainda está pagando, se ele fechou o negócio pelo valor pedido, 32,49% dizem que sim e 12, 19% dizem que não. A porcentagem alta dos casos que não se aplicam (55,32%) refere-se aos casos de imóveis que estão alugados, por exemplo, e não se encaixam na pergunta.

**Tabela 15 - Levou em consideração a localização do imóvel ?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	35.32
<b>Não</b>	9.56
<b>Não se aplica</b>	55.12
<b>Total</b>	100.00

A tabela 15 nos mostra que 35,32% dos estabelecimentos entrevistados levaram em consideração a localização do imóvel na comunidade e apenas 9,56% dos entrevistados não levou em consideração. A porcentagem alta dos casos que não se aplicam (55,12%) refere-se aos casos de imóveis que estão alugados, por exemplo, e não se encaixam na pergunta.

**Tabela 16 - Forma de pagamento do imóvel?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Vista</b>	31.57
<b>Prazo</b>	13.50
<b>Não se aplica</b>	54.93
<b>Total</b>	100.00

Esta tabela (16) nos mostra que 31,57% dos estabelecimentos entrevistados foram pagos à vista e 13,5% foram pagos à prazo. A porcentagem alta dos casos que não se aplicam (54,93%) refere-se aos casos de imóveis que estão alugados, por exemplo, e não se encaixam na pergunta.

**Tabela 17 - Quais recursos utilizou na compra?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Poupança</b>	13.64
<b>Empréstimo</b>	7.56
<b>Indenização</b>	11.15
<b>Venda</b>	4.94
<b>Outros</b>	0.57
<b>Não se aplica</b>	62.14
<b>Total</b>	100.00

A tabela 17 nos mostra quais os recursos utilizados na compra do imóvel. 13,64% dos estabelecimentos entrevistados utilizaram a poupança como fonte de recursos; 11,15% utilizaram indenização trabalhista; 7,56% utilizaram empréstimo; 4,94% utilizaram venda de imóvel para comprar o imóvel do estabelecimento e 0,57% utilizou outro recurso. A porcentagem alta dos casos que não se aplicam (62,14%) refere-se aos casos de imóveis que estão alugados, por exemplo, e não se encaixam na pergunta.

**Tabela 18 - É sócio em outro negócio?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	6.61
<b>Não</b>	38.12
<b>Não se aplica</b>	55.27
<b>Total</b>	100.00

Quando perguntado se é sócio/ dono de outro imóvel na comunidade, 38,12% dos estabelecimentos entrevistados dizem que não são e apenas 6,61% dizem que sim. A porcentagem alta dos casos que não se aplicam (55,27%) refere-se aos casos de imóveis que estão alugados, por exemplo, e não se encaixam na pergunta.

**Tabela 19 - Precisou pagar luvas?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	3.89
<b>Não</b>	30.11
<b>Não sabe</b>	6.08
<b>Não se aplica</b>	59.91
<b>Total</b>	100.00

A tabela 19 nos mostra que 30,11% dos estabelecimentos entrevistados que foram alugados não precisaram pagar luvas, e apenas 3,89% precisaram. 6,08% não souberam responder e 59,91% não se aplicam a questão. A porcentagem alta dos casos que não se aplicam (59,91%) refere-se aos casos de imóveis que foram comprados e não se encaixam na pergunta.

**Tabela 20 - Como obteve informação sobre o imóvel? (alugado)**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Jornal</b>	0.48
<b>Porta a porta</b>	0.84
<b>Amigos</b>	33.85
<b>Associação</b>	0.48
<b>Corretor</b>	1.02
<b>Placa</b>	3.13
<b>Não se aplica</b>	60.20
<b>Total</b>	100.00

A tabela 20 nos traz também a informação de como os estabelecimentos, agora alugados, souberam do imóvel em questão. 33,85% souberam através de amigos/parentes; 3,13 souberam através de placa; 1,02% souberam por corretores e uma pequena porcentagem soube através de jornal (0,48%) e associação (0,48%). A porcentagem alta dos casos que não se aplicam (60,2%) refere-se aos casos de imóveis que foram comprados e não se encaixam na pergunta.

**Tabela 21 - Existe contrato de locação?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	23.57
<b>Não</b>	48.58
<b>Não se aplica</b>	27.86
<b>Total</b>	100.00

Na tabela 21 temos as respostas referentes a existência ou não de contrato de locação. Em 48,58% dos casos não existe contrato de locação e em 23,57% dos casos existe. A porcentagem dos casos que não se aplicam (27,86) refere-se aos casos de imóveis que foram comprados e não se encaixam na pergunta.

**Tabela 22 - Paga direto ao proprietário?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	37.80
<b>Não</b>	2.29
<b>Não se aplica</b>	59.91
<b>Total</b>	100.00

A tabela 22 nos mostra que 37,8% dos estabelecimentos entrevistados que são alugados, pagam seus aluguéis diretamente ao proprietário do imóvel e apenas 2,29% não pagam diretamente. A porcentagem dos casos que não se aplicam (59,91) refere-se aos casos de imóveis que foram comprados e não se encaixam na pergunta.



**Tabela 23 - Quando obteve este imóvel já era exercida alguma atividade ?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	61.27
<b>Não</b>	38.73
<b>Total</b>	100.00

A tabela 23 nos mostra que em 61,27% dos casos, os estabelecimentos foram adquiridos em locais onde já era exercida alguma atividade comercial, e em 38,73% não havia ainda atividade alguma.

**Tabela 24 - Pensou em estabelecer este negócio em outra localidade?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim, dentro da comunidade</b>	12.24
<b>Sim, em outra comunidade</b>	5.30
<b>Sim, fora de comunidade</b>	9.23
<b>Não</b>	73.23
<b>Total</b>	100.00

Na tabela 24 vemos que 73,23% dos estabelecimentos entrevistados não pensaram em estabelecer o negócio fora daquele local onde está hoje. 12,24% já pensaram em estabelecer o negócio em outro local da comunidade. 9,23% já pensaram em estabelecer o negócio fora de qualquer comunidade e 5,30% já pensou em estabelecer o negócio em outra comunidade.

**Tabela 25 - Qual a expectativa quanto ao futuro do negócio?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Investir</b>	49.51
<b>Manter</b>	29.63
<b>Diversificar</b>	4.38
<b>Mudar de ramo</b>	1.92
<b>Fechar ou vender</b>	4.00
<b>Não sabe</b>	4.94
<b>Outros</b>	0.12
<b>Não responderam</b>	4.33
<b>Total</b>	100.00

A tabela 25 nos mostra que 49,51% dos estabelecimentos entrevistados têm a expectativa de investir no negócio no futuro. 29,63% pensam em manter o negócio como está. As outras porcentagens que ficaram baixas referem-se a diversificação (4,38%); mudar de ramo (1,92%); fechar ou vender (4%); não sabe o que fazer (4,94%); pretende fazer outra coisa (outros: 0,12%). Os que não responderam correspondem a 4,33% dos casos.

**Tabela 26 - Ampliou o espaço físico do negócio?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	23.91
<b>Não</b>	76.09
<b>Total</b>	100.00

Na tabela 26 vemos que 76,09% dos estabelecimentos entrevistados não ampliaram o espaço físico do negócio, enquanto que 23,91% ampliaram.

**Tabela - 27 - Ampliou o volume de atividades do negócio?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	37.82
<b>Não</b>	62.18
<b>Total</b>	100.00

Vemos na tabela 27 que em 62,18% dos estabelecimentos entrevistados não foi ampliado o volume de negócios e em apenas 37,82% foi ampliado.

**Tabela 28 - O negócio já funcionava antes do Favela-Bairro?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	73.76
<b>Não</b>	25.30
<b>Não se aplica</b>	0.93
<b>Total</b>	100.00

A tabela 28 nos traz a porcentagem de quantos estabelecimentos entrevistados já funcionavam antes do programa Favela-Bairro. Em 73,76% dos casos já existiam e em 25,30% dos casos os estabelecimentos não existiam antes do Favela-Bairro. 0,93% dos casos não se aplicam devido ao Programa Favela-Bairro não compreender toda a comunidade.

**Tabela 29 - Como controla as contas de seu negócio?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Não registra nada</b>	16,20
<b>Registra sozinho</b>	69,07
<b>Tem contador</b>	14,03
<b>Outra forma</b>	0,70
<b>Total</b>	100,00

A tabela 29 nos mostra como os donos dos estabelecimentos entrevistados controlam as contas dos seus negócios. A maioria registra sozinho as contas (69,07%); 16,20% dos entrevistados não registra nada; 14,03% têm contador que faz o controle e 0,7% utiliza outra forma para controlar as contas.

**Tabela 30 - A maior parte dos insumos são entregues?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>São entregues</b>	46,63
<b>Precisa buscar</b>	53,37
<b>Total</b>	100,00

A tabela 30 nos mostra que é relativamente equilibrada a porcentagem de insumos que são entregues na comunidade aos estabelecimentos (46,63%) e a porcentagem dos insumos que precisam buscar (53,37%).

**Tabela 31 - Principais tipos de fornecedores utilizados**

<b>Tipos</b>	<b>Porcentagem</b>
<b>Varejistas</b>	34,25
<b>Atacadistas</b>	48,30
<b>Fabricantes</b>	12,85
<b>Empresas familiares</b>	0,59
<b>Pessoas físicas</b>	4,01
<b>Total</b>	100,00

A tabela 31 mostra que os principais fornecedores utilizados pelos estabelecimentos são atacadistas (48,30%); 34,25% dos fornecedores são varejistas; 12,85% são fabricantes; 4,01% são pessoas físicas e apenas 0,59% dos fornecedores são empresas familiares.

**Tabela 32 - Compra de insumos à vista ou financiado?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Vista</b>	69,28
<b>Financiado</b>	30,72
<b>Total</b>	100,00

Podemos ver na tabela 32 que a maioria dos insumos comprados pelos estabelecimentos entrevistados são pagos à vista (69,28%) e 30,72% destes são financiados.

**Tabela 33 - Compra insumos na própria comunidade**

	<b>Porcentagem</b>
<b>0</b>	69,14
<b>1</b>	0,66
<b>2</b>	1,65
<b>5</b>	0,66
<b>10</b>	7,85
<b>20</b>	4,92
<b>30</b>	1,70
<b>40</b>	0,99
<b>50</b>	4,79
<b>60</b>	1,41
<b>80</b>	3,39
<b>85</b>	0,66
<b>90</b>	2,19
<b>Total</b>	100,00

A tabela 33 nos mostra que 69,14% dos estabelecimentos entrevistados não compram insumos na própria comunidade. Até 10% de insumos são comprados na comunidade por apenas 10,82% dos donos de estabelecimentos entrevistados; 12,4% dos donos compram até 50% dos seus insumos na comunidade e 7,64% compram até 90% dos insumos na comunidade.

**Tabela 34 - Compra insumos em outra comunidade**

	<b>Porcentagem</b>
<b>0</b>	97,79
<b>10</b>	0,45
<b>20</b>	0,89
<b>30</b>	0,29
<b>50</b>	0,59
<b>Total</b>	100,00

Esta tabela (34) nos mostra que é insignificante a porcentagem dos estabelecimentos que compram insumos em outra favela: 0,45% compram até 10% de insumos em outra comunidade; 0,89% compram até 20% de insumos em outra comunidade; 0,29% compram até 30% de insumos em outra comunidade; 0,59% compram até 50% de insumos em outra comunidade. A maioria esmagadora (97,79%) não compra insumos em outra comunidade.

**Tabela 35 - Compra insumos no entorno da favela**

	<b>Porcentagem</b>
<b>0</b>	74,40
<b>2</b>	0,23
<b>10</b>	1,87
<b>20</b>	1,46
<b>25</b>	0,23
<b>30</b>	0,70
<b>34</b>	0,12
<b>50</b>	0,47
<b>60</b>	0,23
<b>80</b>	0,23
<b>Não responderam</b>	19,70
<b>Total</b>	100,00

Como podemos ver na tabela 35, a maioria dos donos de estabelecimentos entrevistados não compra insumos no entorno da favela (74,4% dos casos). Compram até 10% de insumos no entorno da comunidade apenas 2,10% dos donos de estabelecimentos; Compram até 50% de insumos no entorno da comunidade 2,98% dos casos e 0,46% compram até 80% dos seus insumos no entorno da comunidade. 19,70% não responderam a questão.

**Tabela 36 - Compram insumos em outros bairros**

	<b>Porcentagem</b>
<b>0</b>	23,40
<b>2</b>	0,25
<b>10</b>	2,89
<b>15</b>	0,49
<b>20</b>	2,58
<b>25</b>	0,53
<b>30</b>	0,99
<b>33</b>	0,12
<b>40</b>	1,05
<b>50</b>	6,85
<b>60</b>	2,09
<b>70</b>	1,96
<b>72</b>	0,25
<b>75</b>	0,24
<b>80</b>	4,64
<b>90</b>	5,96
<b>95</b>	0,49
<b>98</b>	1,47
<b>100</b>	43,76
<b>Total</b>	100,00

A tabela 36 nos mostra que 26,54% dos donos dos estabelecimentos entrevistados compram até 10% de seus insumos em outros bairros; 4,58% compram até 30% de seus insumos em outros bairros; 10,11% compram até 60% de seus insumos em outros bairros; 7,10% compram até 80% de seus insumos em outros bairros e a maioria, ou seja, 51,68% compram até 100% de seus insumos em outros bairros da cidade.

**Tabela 37 - Compram insumos no centro da Cidade**

	<b>Porcentagem</b>
<b>0</b>	73,30
<b>1</b>	0,54
<b>3</b>	0,54
<b>5</b>	0,27
<b>10</b>	3,91
<b>20</b>	2,70
<b>25</b>	0,44
<b>28</b>	0,27
<b>30</b>	1,35
<b>33</b>	0,14
<b>40</b>	0,27
<b>50</b>	4,50
<b>60</b>	0,14
<b>70</b>	0,81
<b>75</b>	0,14
<b>80</b>	1,49
<b>90</b>	1,62
<b>98</b>	0,27
<b>100</b>	7,31
<b>Total</b>	100,00

Em 78,56% dos casos de estabelecimentos entrevistados compram até 10% de seus insumos no centro da cidade, como mostra a tabela 37. Em apenas 4,76% dos casos, os donos dos estabelecimentos compram de 11 à 30% de seus insumos no centro; 5,04% compram de 30 à 60% de seus insumos no centro; e 11,64% compram de 61 à 100% de seus insumos no centro da cidade.

**Tabela 38 - Teve gastos com matéria prima?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	69,21
<b>Não</b>	30,79
<b>Total</b>	100,00

As nove tabelas a seguir referem-se aos gastos que os estabelecimentos tiveram no mês de maio de 2003. Este mês foi anterior ao mês de aplicação do questionário. A tabela 38 nos mostra que a maioria dos estabelecimentos entrevistados (69,21%) teve gastos com matéria prima, enquanto que 30,79% não teve este tipo de gasto.

**Tabela 38 - Teve gastos com mão-de-obra?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	43,47
<b>Não</b>	56,53
<b>Total</b>	100,00

A tabela 38 nos mostra que a maioria dos estabelecimentos entrevistados (56,53%) teve gastos com mão de obra, enquanto que 43,47% não teve este tipo de gasto. Porém a diferença foi de apenas 13%, aproximadamente.

**Tabela 40 - Teve gastos com encargos sociais?**

	Porcentagem
<b>Sim</b>	14.49
<b>Não</b>	85.51
<b>Total</b>	100.00

Temos na tabela 40 que 85,51% dos estabelecimentos entrevistados não tiveram gastos com encargos sociais, enquanto que apenas 14,49% teve este tipo de gasto.

**Tabela 41 - Teve gastos com aluguel de imóvel?**

	Porcentagem
<b>Sim</b>	40.18
<b>Não</b>	59.82
<b>Total</b>	100.00

A tabela 41 mostra que 59,82% dos estabelecimentos entrevistados não tiveram gastos com aluguel de imóvel, enquanto que 40,18% teve este tipo de gasto.

**Tabela 42 - Teve gastos com aluguel de máquinas?**

	Porcentagem
<b>Sim</b>	8.75
<b>Não</b>	91.25
<b>Total</b>	100.00

A tabela 41 mostra que a maioria esmagadora dos estabelecimentos entrevistados (91,25%) não tiveram gastos com aluguel de máquinas, enquanto que apenas 8,75% teve este tipo de gasto.

**Tabela 43 - Teve gastos com combustível?**

	Porcentagem
<b>Sim</b>	35.81
<b>Não</b>	64.19
<b>Total</b>	100.00

Conforme a tabela 43 nos mostra, 64,19% dos estabelecimentos entrevistados não tiveram gastos com combustível, enquanto que 35,81% teve este tipo de gasto em seu estabelecimento.

**Tabela 44 - Teve gastos com serviços públicos?**

	Porcentagem
<b>Sim</b>	46.25
<b>Não</b>	53.75
<b>Total</b>	100.00

Quando perguntamos aos estabelecimentos se este tem gastos com serviços públicos, 53,75% disseram que não e 46,25% disseram que sim, tiveram gastos com serviços públicos.

**Tabela 45 - Teve gastos com taxas?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	21.82
<b>Não</b>	78.18
<b>Total</b>	100.00

A tabela 45 mostra que a maioria esmagadora dos estabelecimentos entrevistados (78,18%) não tiveram gastos com taxas, enquanto que apenas 21,82% teve este tipo de gasto.

**Tabela 46 - Teve gastos com outros?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	25,19
<b>Não</b>	73.81
<b>Total</b>	100.00

Temos na tabela 46 que 73,81% dos estabelecimentos entrevistados não tiveram gastos com outros itens não relacionados no questionário e 25,19% tiveram outros tipos de gastos.

**Tabela 47 - Este negócio tem registro no CNPJ?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	14.87
<b>Não</b>	85.13
<b>Total</b>	100.00

A tabela 47 nos mostra que em 85,13% dos casos de estabelecimentos entrevistados, estes não possuem registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) e apenas 14,87% destes estabelecimentos possuíam este tipo de registro.

**Tabela 48 - Este imóvel tem licença Estadual ou Municipal?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	19.77
<b>Não</b>	80.23
<b>Total</b>	100.00

A tabela 48 nos mostra que em 80,23% dos casos de estabelecimentos entrevistados, estes não possuem nenhum tipo de registro Estadual ou Municipal, e apenas 19,77% destes estabelecimentos possuíam algum tipo de registro.

**Tabela 49 - Porque não tem registro ou licença?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Não é preciso</b>	12.49
<b>Custo da legalização</b>	31.46
<b>Burocracia necessária</b>	12.11
<b>Falta informação</b>	16.41
<b>Não quer pagar taxas</b>	4.26
<b>Outro</b>	21.04
<b>Não se aplica</b>	1.23
<b>Total</b>	100.00



A tabela 49 nos mostra que, quando o estabelecimento não possui registro ou licença, o seu proprietário teria um motivo. Este motivo escalonado revela que em 31,46% dos entrevistados, o custo da legalização é um grande obstáculo para que o proprietário do estabelecimento possa legalizá-lo; 16,41% revelou que a falta de informação é o motivo para o não registro; 12,49% disseram que o registro não é preciso; 12,11% disseram que existe uma grande burocracia necessária; 4,26% disse não querer pagar taxas; 21,04% disse ter um outro motivo para não ser registrado.

**Tabela 50 - Dificuldade encontrada para o funcionamento do negócio?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Concorrência</b>	43.80
<b>Falta de recursos</b>	22.25
<b>pouca experiência</b>	2.91
<b>Alto custo financiamento</b>	3.51
<b>Dificuldade de crédito</b>	9.94
<b>Falta de segurança</b>	2.52
<b>Venda fiado</b>	6.85
<b>Outra</b>	8.21
<b>Total</b>	100.00

A tabela 50 nos traz que a maior dificuldade encontrada pelos donos de estabelecimento na comunidade é o aumento da concorrência, com 43,80% dos casos. A segundo maior dificuldade encontrada é a falta de recursos, com 22,25% dos casos. A dificuldade para obter crédito aparece em terceiro lugar com 9,94% dos casos. A venda fiado aparece logo após com 6,85% dos casos. O alto custo de financiamento, a pouca experiência no negócio e a falta de segurança aparecem com uma porcentagem baixa e similar (3,51%, 3,91% e 3,52%, respectivamente). Outras dificuldades citadas ficaram com 8,21% dos casos.

**Tabela 51 - Valor atribuído ao ponto do negócio**

	<b>Porcentagem</b>
<b>1</b>	26.76
<b>2</b>	22.03
<b>3</b>	36.71
<b>4</b>	8.80
<b>5</b>	5.71
<b>Total</b>	100.00

A tabela 51 nos mostra que numa escala de 1 à 5 para se atribuir um valor ao ponto do estabelecimento entrevistado, 36,71% respondeu que daria o valor 3 para o ponto do seu estabelecimento; 26,76% deram o valor 1 para os ponto do seu estabelecimento; 22,03% dos estabelecimentos entrevistados deram o valor 2 para o seu ponto; 8,80% deram o valor 4 e 5,71% deram o valor 5 para os ponto do seu estabelecimento.

**Tabela 52 - Lucraria mais se estivesse no bairro?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	28.39
<b>Não</b>	71.61
<b>Total</b>	100.00

Quando perguntados se lucrariam mais se estivessem no bairro, os donos dos estabelecimentos entrevistados responderam que não em 71,61% dos casos, como mostra a tabela 52. Em apenas 28,39% dos casos, os donos dos estabelecimentos responderam que sim, lucrariam.

**Tabela 53 - Já ouviu falar no Projeto Célula Urbana?**

	Porcentagem
<b>Sim</b>	17.43
<b>Não</b>	82.57
<b>Total</b>	100.00

A tabela 53 mostra que a maioria dos estabelecimentos entrevistados não conhece o Projeto Célula Urbana da prefeitura (82,57% dos casos). Apenas 17,43% dos casos são de estabelecimentos que conhecem o Projeto.

**Tabela 54 - O Célula Urbana vai aumentar a clientela?**

	Porcentagem
<b>Sim</b>	12.16
<b>Não</b>	5.27
<b>Não se aplica</b>	82.57
<b>Total</b>	100.00

A tabela 54 mostra que, da porcentagem dos estabelecimentos entrevistados que diz conhecer o Projeto Célula Urbana, 12,16% acham que o Projeto vai aumentar a clientela e 5,27% acham que não vai aumentar a clientela. Os 82,57% que a tabela mostra, pertence aos estabelecimentos que não conhecem o Projeto e, portanto, não responderam esta questão.

**Tabela 55 - O Célula Urbana vai atrair novos moradores?**

	Porcentagem
<b>Sim</b>	11.54
<b>Não</b>	5.89
<b>Não se aplica</b>	82.57
<b>Total</b>	100.00

A tabela 55 mostra que, da porcentagem dos estabelecimentos entrevistados que diz conhecer o Projeto Célula Urbana, 11,54% acham que o Projeto vai atrair novos moradores e 5,89% acham que não vai atrair novos moradores. Os 82,57% que a tabela mostra, pertence aos estabelecimentos que não conhecem o Projeto e, portanto, não responderam esta questão.

**Tabela 56 - Acha que vai surgir uma nova área de negócios?**

	Porcentagem
<b>Sim</b>	11.42
<b>Não</b>	6.01
<b>Não se aplica</b>	82.57
<b>Total</b>	100.00

A tabela 56 mostra que, da porcentagem dos estabelecimentos entrevistados que diz conhecer o Projeto Célula Urbana, 11,42% acham irá surgir uma nova área de

negócios próximo ao projeto e 6,01% acham que não vai surgir uma nova área de negócios. Os 82,57% que a tabela mostra, pertence aos estabelecimentos que não conhecem o Projeto e, portanto, não responderam esta questão.

**Tabela 57 - Pretende se deslocar para próximo do Projeto?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	6.84
<b>Não</b>	10.58
<b>Não se aplica</b>	82.57
<b>Total</b>	100.00

Vemos na tabela 57 que, da porcentagem dos estabelecimentos entrevistados que diz conhecer o Projeto Célula Urbana, 10,58% pretendem se deslocar ou abrir outro negócio próximo do Projeto e 6,84% não pretendem ir ou abrir outro negócio junto ao Projeto. Os 82,57% que a tabela mostra, pertence aos estabelecimentos que não conhecem o Projeto e, portanto, não responderam esta questão.

**Tabela 58 - Conhece o Café Internet?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	3.99
<b>Não</b>	13.01
<b>Não se aplica</b>	83.01
<b>Total</b>	100.00

Vemos na tabela 58 que, da porcentagem dos estabelecimentos entrevistados que diz conhecer o Projeto Célula Urbana, 13,01% não conhecem o Café Internet e 3,99% destes donos de estabelecimento dizem que conhecem o Café Internet. Os 83,01% que a tabela mostra, pertence aos estabelecimentos que não conhecem o Projeto e, portanto, não responderam esta questão.

**Tabela 59 - Sabe que o Café Internet faz parte do Programa Célula Urbana?**

	<b>Porcentagem</b>
<b>Sim</b>	3.13
<b>Não</b>	4.77
<b>Não se aplica</b>	92.10
<b>Total</b>	100.00

A tabela 58 mostra que, da porcentagem dos estabelecimentos entrevistados que diz conhecer o Projeto Célula Urbana, 4,77% não sabem que o Café Internet faz parte do Programa Célula Urbana e 3,13% destes donos de estabelecimento dizem sabem que o Café Internet faz parte do Programa Célula Urbana. Os 92,10% que a tabela mostra, pertence aos estabelecimentos que não conhecem o Projeto, nem o Café Internet e, portanto, não responderam esta questão.

## **A N E X O**

### **Definição do Plano Amostral**

O presente relatório tem por objetivo descrever o plano amostral desenvolvido para uma pesquisa que visa à obtenção de informações estatísticas para subsidiar a análise do mercado para imóveis de uso comercial na comunidade do Jacarezinho. Adicionalmente, a pesquisa desenvolvida investiga características referentes à forma de organização, funcionamento e nível de formalização das unidades econômicas existentes na comunidade.

Estão no âmbito da pesquisa os negócios/estabelecimentos localizados em imóveis não residenciais da comunidade. Foram considerados também no âmbito da pesquisa os estabelecimentos localizados em imóveis residenciais da comunidade que possuam pelo menos uma porta de entrada independente do acesso ao interior do domicílio.

Realizar a pesquisa em todos os estabelecimentos torna a enquête dispendiosa e demorada. Por este motivo, utilizou-se a técnica estatística de amostragem, onde, parte da população (a amostra) é selecionada de forma que seja representativa das características da população como um todo. Permite-se, assim, que os resultados obtidos sejam válidos para toda a população. Sendo assim, o levantamento estatístico das informações foi realizado através de uma amostra probabilística de estabelecimentos dimensionada a partir do resultado obtido na operação de listagem realizada na Comunidade. Através da listagem foi observada a existência de 934 estabelecimentos.

Cabe ressaltar que este relatório apresenta resumidamente o desenho da amostra. Maiores detalhes sobre o procedimento de expansão da amostra serão descritos no relatório final que incluirá, adicionalmente, o cálculo da precisão das estimativas.

A pesquisa utiliza um plano de amostragem estratificada. O tamanho da amostra foi estabelecido em 384 unidades visando à obtenção de estimativas de proporções referentes aos atributos investigados com erro máximo absoluto de 5%, com grau de confiança de 95%. A amostra final resultou em 411 estabelecimentos, o que corresponde a uma fração de amostragem de 44%. Cabe ressaltar que a alta fração de amostragem deve-se à necessidade de garantir um tamanho mínimo de amostra que possa atender à precisão desejada para as estimativas.

### **Estratificação da Amostra**

A população alvo da pesquisa é composta por 934 estabelecimentos localizados na comunidade. Durante a operação de listagem observou-se a existência de 192 estabelecimentos para os quais, apesar de fechados durante a operação de listagem, havia evidências de realização de atividade econômica em horários noturnos ou nos fins de semana. Outra característica identificada na operação de listagem foi a diversidade de atividades econômicas ali encontradas, havendo um número expressivo de estabelecimentos que realizam atividades de varejo de produtos alimentícios (mercearias, mercados, açougues, padarias, etc.) e serviços de alimentação (bares, biscoitarias e restaurantes). Assim, para o desenvolvimento do plano amostral decidiu-se estratificar as unidades de acordo com a classificação de atividade econômica e a situação no momento da listagem (em operação ou fechado), conforme Tabela 1.

**Tabela 1 – Estabelecimentos por situação na listagem e atividade econômica**

Situação	Classificação de Atividades Econômicas		Nº de Estab.
	CNAE <sup>1</sup>	Descrição da Atividade	
Em operação	0	Sem definição	1
	1580	Fabricação de produtos de padaria	22
	1810	Confecção de artigos de vestuário	6
	2220	Impressão e serviços conexos	2
	3600	Fabricação de móveis	5
	5249	Relojoaria	5
	4559	Vidraçaria	2
	5155	Comércio de sucata (ferro-velho)	5
	5212	Mercado	1
	5213	Mercearia e bazar	47
	5220	Comércio de produtos alimentícios	111
	5230	Comércio de artigos de vestuário	79
	5231	Armarinho	16
	5241	Farmácia e drogaria	12
	5242	Comércio de discos	11
	5243	Comércio de móveis	4
	5244	Comércio de material de construção	27
	5245	Comércio de telefones celulares	4
	5246	Comércio de livros, jornais, revistas e papelaria	14
	5247	Comércio de gás	5
	5249	Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	25
	5270	Reparação de objetos pessoais e domésticos (refrigeração)	3
	5271	Reparação de aparelhos eletrodomésticos	24
	5272	Reparação de calçados	2
	5279	Reparação de outros objetos (celulares, bicicletas, celulares e estofados)	5
	5520	Serviços de alimentação	211
	6020	Transportes terrestre (mototaxi)	1
	7031	Escritório de contabilidade	1
	7032	Atividades imobiliárias	1
	7140	Locadora de vídeo	5
	7411	Escritório de advocacia	2
	7491	Revelação fotográfica	6
	8000	Creche e/ou escola	19
	8500	Dentista	6
	9260	Jogos eletrônicos e centros de informática	5
	9261	Academia de ginástica	1
	9262	Loteria esportiva	1
	9302	Salão de beleza e barbearia	43
	(em branco)	(em branco)	2
<b>Total</b>	<b>em operação</b>		<b>742</b>
Estabelecimento Fechado	1580	Fabricação de produtos de padaria	2
	2220	Impressão e serviços conexos	1
	3600	Fabricação de móveis	1
	5155	Comércio de sucata (ferro-velho)	1
	5213	Mercearia e bazar	3

	5220	Comércio de produtos alimentícios	18
	5230	Comércio de artigos de vestuário	1
	5231	Armarinho	3
	5243	Comércio de móveis	3
	5244	Comércio de material de construção	3
	5246	Comércio de livros, jornais, revistas e papelaria	1
	5249	Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	1
	5270	Reparação de objetos pessoais e domésticos (refrigeração)	1
	5271	Reparação de aparelhos eletrodomésticos	4
	5279	Reparação de outros objetos (celulares, bicicletas, celulares e estofados)	3
	5520	Serviços de alimentação	77
	7140	Locadora de vídeo	1
	8000	Creche e/ou escola	3
	9260	Jogos eletrônicos e centros de informática	2
	9302	Salão de beleza e barbearia	16
	(em branco)	(em branco)	47
<b>Total</b>	<b>fechado</b>		<b>192</b>
<b>Total Global</b>			<b>934</b>

<sup>1</sup>CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas

Considerando-se as informações apresentadas na Tabela 1, decidiu-se estratificar a população (para efeito de seleção e ponderação da amostra) em grupos mutuamente exclusivos de estabelecimentos (denominados estratos), de acordo com a situação da listagem e a atividade econômica. Durante este processo, verificou-se que várias atividades econômicas são exercidas por no máximo 04 estabelecimentos na comunidade. Então, com o objetivo de garantir a representação de todas as atividades econômicas ali realizadas, optou-se por incluir na amostra todos os estabelecimentos (em operação na ocasião da listagem) cuja atividade fosse exercida por no máximo 04 estabelecimentos da comunidade. Foram definidos então 06 estratos de seleção, conforme Tabela 2 a seguir, e Tabela 3.

A definição da fração amostral por estrato levou em consideração a distribuição do número de estabelecimentos por atividade econômica.

Considerando-se a disparidade entre o número de unidades com atividades de varejo de alimentícios e serviços de alimentação com relação as demais atividades, decidiu-se utilizar uma fração amostral diferenciada nos estratos, conforme Tabela 2.

**Tabela 2 – Estabelecimentos por estrato e respectivas frações amostrais**

Situação na Listagem	Estrato	Nº de Estab.	Fração Amostral <sup>(1)</sup>
Em operação	1. Atividades diversas	373	1/2
	2. Varejo de produtos alimentícios	111	1/2
	3. Serviços de alimentação	211	1/4
	4. Estrato certo		1/1
<b>Total</b>		<b>742</b>	
Fechado	5. Atividades diversas	158	1/3
	6. Atividades diversas com menos de 05 estabelecimentos	34	1/2
<b>Total</b>		<b>192</b>	
<b>Total Global</b>		<b>934</b>	

(1) No plano amostral utilizado, a probabilidade de seleção é igual à fração amostral.

**Tabela 3 – Estabelecimentos por situação na listagem, atividade econômica e estrato**

Situação	CNAE	Estabelecimentos	Estrato
Em operação	0	1	4
	1581	22	1
	1810	6	1
	2220	2	4
	3600	5	1
	4249	5	1
	4559	2	4
	5155	5	1
	5212	1	4
	5213	47	1
	<b>5220</b>	<b>111</b>	<b>2</b>
	5230	79	1
	5231	16	1
	5241	12	1
	5242	11	1
	5243	4	4
	5244	27	1
	5245	4	4
	5246	14	1
	5247	5	1
	5249	25	1
	5270	3	4
	5271	24	1
	5272	2	4
	5279	5	1
	<b>5520</b>	<b>211</b>	<b>3</b>
	6020	1	4
	7031	1	4
	7032	1	4
	7140	5	1
	7411	2	4

	7491	6	1
	8000	19	4
	8500	6	1
	9260	5	1
	9261	1	4
	9262	1	4
	9302	43	1
	(em branco)	2	4
<b>Total</b>		<b>742</b>	
Fechado	1581	2	6
	2220	1	6
	3600	1	6
	5150	1	6
	5215	3	6
	5220	18	5
	5230	1	6
	5231	3	6
	5243	3	6
	5244	3	6
	5246	1	6
	5249	1	6
	5270	1	6
	5271	4	6
	5279	3	6
	5520	77	5
	7140	1	6
	8000	3	6
	9260	2	6
	9302	16	5
	(em branco)	47	5
<b>Total</b>		<b>192</b>	
<b>Total Global</b>		<b>934</b>	

### Seleção da Amostra

O processo de seleção das unidades amostrais foi desenvolvido a partir da construção de um cadastro de estabelecimentos obtido da operação de listagem. A seleção dos estabelecimentos foi realizada, em cada estrato, por amostragem sistemática, ordenando-se as unidades (dentro de cada estrato) por código de atividade econômica. A Tabela 4, a seguir, apresenta o tamanho da amostra por estrato.



**Tabela 4 – Tamanho da população e da amostra de estabelecimentos por estrato**

Situação na Listagem	Estrato	Nº de Estabelecimentos	
		População	Amostra
Em operação	1. Atividades diversas	373	186
	2. Varejo de produtos alimentícios	111	56
	3. Serviços de alimentação	211	53
	4. Estrato certo	47	47
Total		<b>742</b>	<b>342</b>
Fechado	5. Atividades diversas	158	52
	6. Atividades diversas com menos de 05 estabelecimentos	34	17
<b>Total</b>		<b>192</b>	<b>69</b>
<b>Total Global</b>		<b>934</b>	<b>411</b>

### Expansão da amostra e tratamento das não-respostas

Em pesquisas por amostragem probabilística, cada unidade amostral pesquisada além de representar a si própria, representa também outras unidades da população alvo que não foram selecionadas. A cada unidade selecionada é associado um peso, que representa o inverso da sua probabilidade de seleção. O peso amostral, também denominado fator de expansão, deve ser especificado para cada unidade amostral, de modo que a expansão das informações coletadas nas unidades selecionadas permita que sejam obtidas estimativas referentes à toda a população.

Após a realização do trabalho de campo, faz-se necessário a realização de ajustes nos fatores de expansão devido à ocorrência de não-respostas. De um modo geral, tanto a expansão da amostra, quanto o tratamento de não-respostas dependem das situações observadas durante a coleta de dados. As situações de coleta observadas nesta pesquisa podem ser classificadas em 03 categorias:

1. entrevista realizada com confirmação da atividade econômica identificada na operação de listagem

**2. casos de erro de cadastro ou casos não confirmados:**

2.1. estabelecimento fechado durante a operação de listagem e também fechado durante a operação de coleta.

**3. casos em que o estabelecimento existe:**

3.1. estabelecimento fechado;

3.2. o responsável pelo estabelecimento recusou-se a prestar informações;

3.3. erro de classificação de atividade na operação de listagem ou na digitação da listagem.

As situações classificadas na categoria 1 (casos de erros de cadastro ou não confirmados) são erros cadastrais que implicam a correção (exclusão do estabelecimento) do total da população e do tamanho da amostra, enquanto as situações classificadas na categoria 2 (casos em que o estabelecimento existe) são casos de não-resposta cuja correção é realizada apenas no tamanho da amostra. Os casos de erro de classificação, para os estabelecimentos em operação na ocasião da listagem, foram tratados com a transferência da unidade para estrato certo, alterando-se assim os tamanhos da população e da amostra em ambos os estratos.

**Tabela 5 – Fatores de expansão por estrato**

Situação na Listagem	Estrato	Situação de coleta					Amostra selecionada	População (1)	Amostra Coletada	Fator de Expansão
		1	2.1	3.1	3.2	3.3				
Em operação	1	173	-	8	4	1	186	372	173	2,1203
Em operação	2	51	-	2	1	2	56	109	51	2,1373
Em operação	3	49	-	3	-	1	53	210	49	4,2857
Em operação	4	43	-	1	3		47	51(2)	47(3)	1,0851
Fechado	5	9	7	-	-	1	17	27	10(4)	2,7000
Fechado	6	42	7	1	1	1	52	151	43(4)	3,5116
<b>Total</b>	<b>---</b>	<b>367</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>411</b>	<b>920</b>	<b>373(5)</b>	<b>---</b>

(1) Tamanho da população após correção dos erros de cadastro e classificação.

(2) Foram incluídos neste estrato 4 estabelecimentos classificados indevidamente nos estratos 1, 2 ou 3. Estes estabelecimentos (situação de coleta 3.3) são incluídos na amostra e na população, ocorrendo apenas sua relocação (dos estratos 1, 2 ou 3) para o estrato 4.

(3) Amostra coletada = 47 – 1 (situação de coleta 3.1) – 2 (situação de coleta 3.2) + 4 (situação de coleta 3.3 nos estratos 1, 2 e 3)

(4) Não foi necessária a relocação dos estabelecimentos com erro de classificação dos estratos 5 e 6 devido à variada abrangência dos mesmo no que se refere a diversificação de atividades.

(5) Amostra coletada = 367 (situação de coleta 1) + 6 (situação de coleta 3.3).

O fator de expansão utilizado na tabulação dos resultados é aquele definido na Tabela, resultante da divisão do tamanho da população (após ajuste de erros de cadastro e classificação) pelo tamanho da amostra efetivamente coletada em cada estrato.

#### **Equipe Técnica**

##### **Coordenação Geral da Pesquisa**

Pedro Abramo

##### **Planejamento; Seleção e Expansão da Amostra; Apuração e Tabulação**

Denise Britz do Nascimento Silva

Peterson Leal Pacheco

Andréa Paulo da Cunha Pulici

##### **Estagiários**

Luis Antônio de Souza Pereira

Heber Alessandro Rabello

Lyneu Ohmaye Naveira

##### **Coordenação Geral de Campo**

Andrea Paulo da Cunha Pulici

Luciana Fernandes Lourenço

##### **Supervisores de Campo**

Robson de Almeida

##### **Equipe de Campo**

Ana Cristina da Silva

Isaac Severiano Rocha

Bianca Rangel Muniz

Daniele Gonçalves da Rocha

Fabiana de Mello Gerônimo

Fernanda da Rocha

Maria José Basílio

Marta Maria de Campos da Silva



Neuda Maria Lima Alvarenga  
Priscila Saraiva Mendes  
Priscila Assumpção Rangel  
Raphael Ferreira de Souza Silveira  
Regina Célia de Souza  
Sidna Cristina Medeiros  
Tânia Cristina de Castro Garcia  
Rosemary Miranda  
João Carlos Barbosa  
Mozer Fernando Oliveira Nogueira  
Natália Domingues Pimentel  
Vitor de Lima Alves  
Lucio Fábio Rocha da Silva  
Rafael Pires da Cruz

### **Agradecimentos**

Este relatório contém informações econômico-financeiras do conjunto de estabelecimentos localizados na Comunidade do Jacarezinho, pesquisados através do trabalho de campo realizado pelo IPPUR/UFRJ em parceria com os moradores da comunidade.

Registra-se o apoio recebido pela Associação dos Moradores da Comunidade através de seu presidente, Sr. Edvaldo da Silva, e dos diretores Norberto Pacheco de Lima e Sebastião Ferreira da Silva, bem como de todos os demais integrantes da Associação dos Moradores, como Dona Penha e Seu Lúcio.

Registra-se também o apoio recebido pela XXVIII Região Administrativa através de seu administrador, Sr. José Henrique Azevedo Mattos, principalmente pela disponibilidade de usarmos o espaço da RA para nossos treinamentos e reuniões com a equipe de campo.

Agradecimentos ao Robinho, que se tornou peça fundamental para o recrutamento e treinamento da equipe de trabalho local para o perfeito processo de obtenção das informações na Comunidade.

Agradecimentos especiais a todos os moradores da Comunidade do Jacarezinho pela colaboração imprescindível para a realização desta pesquisa.