A ECONOMIA SOLIDÁRIA EM TERRITÓRIOS POPULARES

Uma pesquisa exploratória sobre o tecido sócioprodutivo em quatro comunidades da cidade do Rio de Janeiro

NÚCLEO DE SOLIDARIEDADE TÉCNICA - **SOLTEC/UFRJ**

Capa: Detalhe de uma pintura feita por morador de Cidade de Deus no muro de sua casa. Foto de Ratão Diniz para o projeto RIO ECOSOL.

A ECONOMIA SOLIDÁRIA EM TERRITÓRIOS POPULARES

Uma pesquisa exploratória sobre o tecido sócioprodutivo em quatro comunidades da cidade do Rio de Janeiro

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
DILMA ROUSSEFF
Presidente

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA | PRONASCI
JOSÉ EDUARDO CARDOZO
Ministro

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO
BRIZOLA NETO
Ministro

SECRETARIA NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA | SENAES
PAUL SINGER
Secretário

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO | UFRJ
CARLOS ANTONIO LEVI DA CONCEIÇÃO
Reitor

PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO | PR-5/UFRJ
PABLO CESAR BENETTI
Pró-Reitor

CENTRO DE TECNOLOGIA | CT/UFRJ
WALTER ISSAMU SUEMITSU
Decano

NÚCLEO DE SOLIDARIEDADE TÉCNICA | SOLTEC/UFRJ
SIDNEY LIANZA
Coordenador Geral

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO
EDUARDO PAES
Prefeito

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO SOLIDÁRIO | SEDES
MARCELO HENRIQUE DA COSTA
Secretário

E19

A economia solidária em territórios populares: uma pesquisa exploratória sobre o tecido socioprodutivo em quatro comunidades da cidade do Rio de Janeiro / Celso Alexandre Souza de Alvear ... [et al]. -- Rio de Janeiro: Núcleo de Solidariedade Técnica da UFRJ / Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico Solidário, 2012.

228 p. : il. ; 28 cm.

Bibliografia: p. 210-111.
ISBN 978-85-89669-60-3

1. Economia Solidária 2. Economia Popular 3. Cooperatividade 4. Rio de Janeiro I. Alvear, Celso Alexandre. II. Título.

CDU: 334
CDD: 330

CELSO ALEXANDRE ALVEAR | VINICIUS SOARES FERREIRA | ALAN TYGEL
CASSIA MIRANDA | ANDERSON ORIENTE | RICARDO MELLO
NILZA ROGÉRIA NUNES | DANIELLA BONATTO | MICHEL THIOLLENT
SIDNEY LIANZA | ANTONIO OSCAR VIEIRA

A ECONOMIA SOLIDÁRIA EM TERRITÓRIOS POPULARES

Uma pesquisa exploratória sobre o tecido sócioprodutivo em quatro comunidades da cidade do Rio de Janeiro

Rio de Janeiro
Universidade Federal do Rio de Janeiro
Pró-Reitoria de Extensão

2012

SOLTEC UFRJ Núcleo de **Solidariedade Técnica**

UFRJ

COPPETEC FUNDAÇÃO

RIO ECOSOL

REALIZAÇÃO

EXPEDIENTE

Coordenação Geral
SIDNEY LIANZA

Coordenação Executiva
ANTONIO OSCAR PEIXOTO VIEIRA

Coordenação de Campo
RICARDO MELLO

Coordenação de Monitoramento
e Avaliação
NILZA ROGÉRIA NUNES

Coordenação de Sistematização
DANIELLA BONATTO

Assistente de Pesquisa
de Dados Secundários
ELIZETE SANTOS

Coordenação de Gestão
Administrativa-Financeira
SANDRO ROGÉRIO DO NASCIMENTO

Orientação Metodológica
da pesquisa-ação
MICHEL THIOLLENT

Equipe de Gestão Administrativa
ELAINE REGINA MINERVINO AZEVEDO
FLAVIO SALES MONTEIRO FILHO
MARCIO ARPINO TRABBOLD
RENATO SAUER NAPOLI NETO
SHARON STEFANI RIVERA CALDEIRA

Revisão de texto
CARLA ALMEIDA DE LIMA

EQUIPE DA CIDADE DE DEUS

Pesquisador
ANDERSON ORIENTE

Auxiliar de Pesquisa
ANGÉLICA SANTOS

Agentes de Pesquisa
CARLOS EDUARDO FERREIRA
DE OLIVEIRA
FABIO BARROS DE OLIVEIRA
GLEICE BONIFÁCIO DOS SANTOS
LEANDRA MARTINS DA SILVA
LUCIENE INEZ DE OLIVEIRA COSTA
MARCIA CRISTINA REIS DA SILVA
MARIA CRISTINA NEVES COSTA
MARLY ZULMIRA ALVES LADISLAU
VICTOR MARTINS DA SILVA

EQUIPE DO COMPLEXO DO ALEMÃO

Pesquisador
VINICIUS SOARES FERREIRA

Auxiliar de Pesquisa
BRUNO COUTINHO AGUIAR

Agentes de Pesquisa
VIVIANE ANDRADE PEREIRA SANTANA
PRISCILA PEREIRA DE OLIVEIRA
MONIKE ANDRADE RANGEL
MICHELE SEIXAS DE OLIVEIRA
MARIA APARECIDA GONÇALVES DE
OLIVEIRA
MÁRCIA PAULA DOS SANTOS
LUCIA DE FÁTIMA OLIVEIRA CABRAL
JOEL ADRIANO PINTO MORENO
HELENA DE ANDRADE
CARLA FAGUNDES MONTEIRO BARROS
GUENEVER SILVA LISBOA DE SOUZA

EQUIPE DO COMPLEXO DE MANGUINHOS

Pesquisador
CASSIA MIRANDA

Auxiliar de Pesquisa
FERNANDA SIQUEIRA

Agentes de Pesquisa
ANNE SOUZA DOS REIS
ARIANA KELLY DOS SANTOS
CARMELUCIA MARIA DE JESUS BARROSO
DANIELA CRUZ MARQUEZ BARBOSA
RAPHAELE NATCHA ROMÃO
ROGÉRIO LUCAS DE SOUZA
VANDER GONÇALVES FERREIRA

EQUIPE DO SANTA MARTA

Pesquisador
ALAN TYGEL

Auxiliar de Pesquisa
HUGO BARRA

Agentes de Pesquisa
JÉSSICA DOS SANTOS DE JESUS
NATALIA ANDREA URBINA CASTELLON
RAFAELA GONÇALVES DA SILVA
ROGERIUS DE ARAÚJO ROZENDO
SEMIRAMIS MARIA DA SILVA
TATIANE PEREIRA DA SILVA

Coordenação editorial
FLAVIA CAVALCANTI

Projeto gráfico e diagramação
LUCIANA PERPÉTUO DE OLIVEIRA

Assistentes de projeto gráfico
INGRID VITER E THAÍS MESQUITA

Fotografias
RATÃO DINIZ
BIANCA PIMENTA

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO

Esta publicação é um produto do projeto Rio Economia Solidária (RIO ECOSOL), fruto de convênio da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro com a Secretaria Nacional de Economia Solidária (Senaes). Este convênio está inserido nas ações promovidas pelo Ministério da Justiça, através do Programa Nacional de Segurança Pública com Cidadania (Pronasci), em comunidades reconhecidas como territórios da paz.

As ações do RIO ECOSOL aconteceram em quatro comunidades – Santa Marta, Complexo do Alemão, Complexo de Manguinhos e Conjunto Habitacional de Cidade de Deus. A formulação e execução do projeto ficaram sob a responsabilidade da Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico Solidário (Sedes), que, para realizá-lo, selecionou o Núcleo de Solidariedade Técnica da Universidade Federal do Rio de Janeiro (Soltec/UFRJ), através da Fundação Coppetec, da Universidade, o Centro de Ação Comunitária (Cedac) e o Instituto Palmas. Ao Soltec/UFRJ coube a realização da pesquisa do tecido socioprodutivo existente nessas comunidades e ao Cedac, as ações de formação em economia solidária e a elaboração de projetos. Por fim, o Instituto Palmas ficou responsável pela implantação de um banco comunitário na Cidade de Deus.

A pesquisa, cujos resultados estão registrados nesta publicação, utilizou-se da metodologia participativa da pesquisa-ação e teve como objetivo mapear e identificar as atividades produtivas existentes nesses quatro territórios, visando o desenvolvimento da economia solidária como alternativa econômica para essas comunidades.

Cabe ressaltar que este trabalho vem se somar às poucas experiências de pesquisa-ação em favelas ou territórios populares, o que significa dizer que, com a sistematização da metodologia utilizada, esperamos contribuir para o avanço no campo teórico da pesquisa-ação sobre economia solidária em favelas e possibilitar mais ações e políticas públicas nesse sentido.

Boa leitura!

CELSO ALEXANDRE SOUZA DE ALVEAR
Coordenador Geral do SOLTEC

INTRODUÇÃO

"O projeto afirma a cultura da paz, constituindo-se em uma ferramenta estratégica de combate à violência."

O projeto RIO ECOSOL

O projeto Rio Economia Solidária, do qual faz parte a pesquisa que originou esta publicação, é fruto de uma política pública que envolveu os Ministérios da Justiça e do Trabalho e Emprego e a Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. Em nível federal, a execução coube à Secretaria Nacional de Economia Solidária (Senaes) e no âmbito municipal, à Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico Solidário (Sedes). O projeto teve como principal objetivo desenvolver ações de economia solidária que contribuíssem para construir alternativas econômicas de fortalecimento do tecido socioprodutivo, consequentemente, favorecendo o desenvolvimento local.

A escolha dos quatro territórios – os complexos do Alemão e de Manguinhos, a comunidade Santa Marta e o conjunto habitacional de Cidade de Deus – seguiu as diretrizes do Programa Nacional de Segurança com Cidadania (Pronasci), que priorizava suas ações em comunidades classificadas como territórios da paz.

Em suas metas, o projeto Rio Economia Solidária afirma a cultura da paz, constituindo-se, assim, como ferramenta estratégica de combate à violência urbana nesses territórios do Rio de Janeiro, através da geração de renda e do fortalecimento de princípios e práticas solidárias. Como os três primeiros territórios possuem uma vasta dimensão geográfica, sendo formados por um conjunto de comunidades ou regiões com algum nível de autoidentificação, nesses casos, foi necessário promover um recorte interno configurando um território de pesquisa formado por uma ou, no máximo, duas dessas regiões menores, viabilizando a pesquisa dentro do tempo e dos recursos previstos. Nos tópicos específicos adiante será apresentado, com maior riqueza, o processo de seleção dos territórios de pesquisa.

Entre o conjunto de iniciativas previstas no projeto RIO ECOSOL, destacamos: (a) o desenvolvimento de ações visando a construção de alternativas através da Economia Solidária; (b) a identificação dos empreendimentos locais e suas formas de trabalho individuais e coletivas; (c) o estímulo à formação de redes solidárias através do fortalecimento dos princípios de autogestão e auto-organização; (d) o fomento a processos de desenvolvimento local sustentável; e (e) o apoio e fortalecimento das práticas de comercialização.

Pela complexidade do projeto, para atender aos seus objetivos foi fundamental a mobilização de organizações da sociedade civil e acadêmicas, já que só a articulação de suas experiências e conhecimentos daria conta das demandas que iriam emergir a partir da implantação do RIO ECOSOL. Assim, organizou-se o trabalho em duas frentes complementares: a formação de empreendedores em noções, princípios e valores da economia solidária; e a pesquisa com os empreendedores daqueles quatro territórios, buscando avaliar o grau de cooperatividade ali existente. Ao Centro de Ação Comunitária (Cedac), ONG com larga experiência na promoção da economia solidária, coube o trabalho de formação de empreendedores, enquanto a pesquisa ficou a cargo do Núcleo de Solidariedade Técnica (Soltec) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

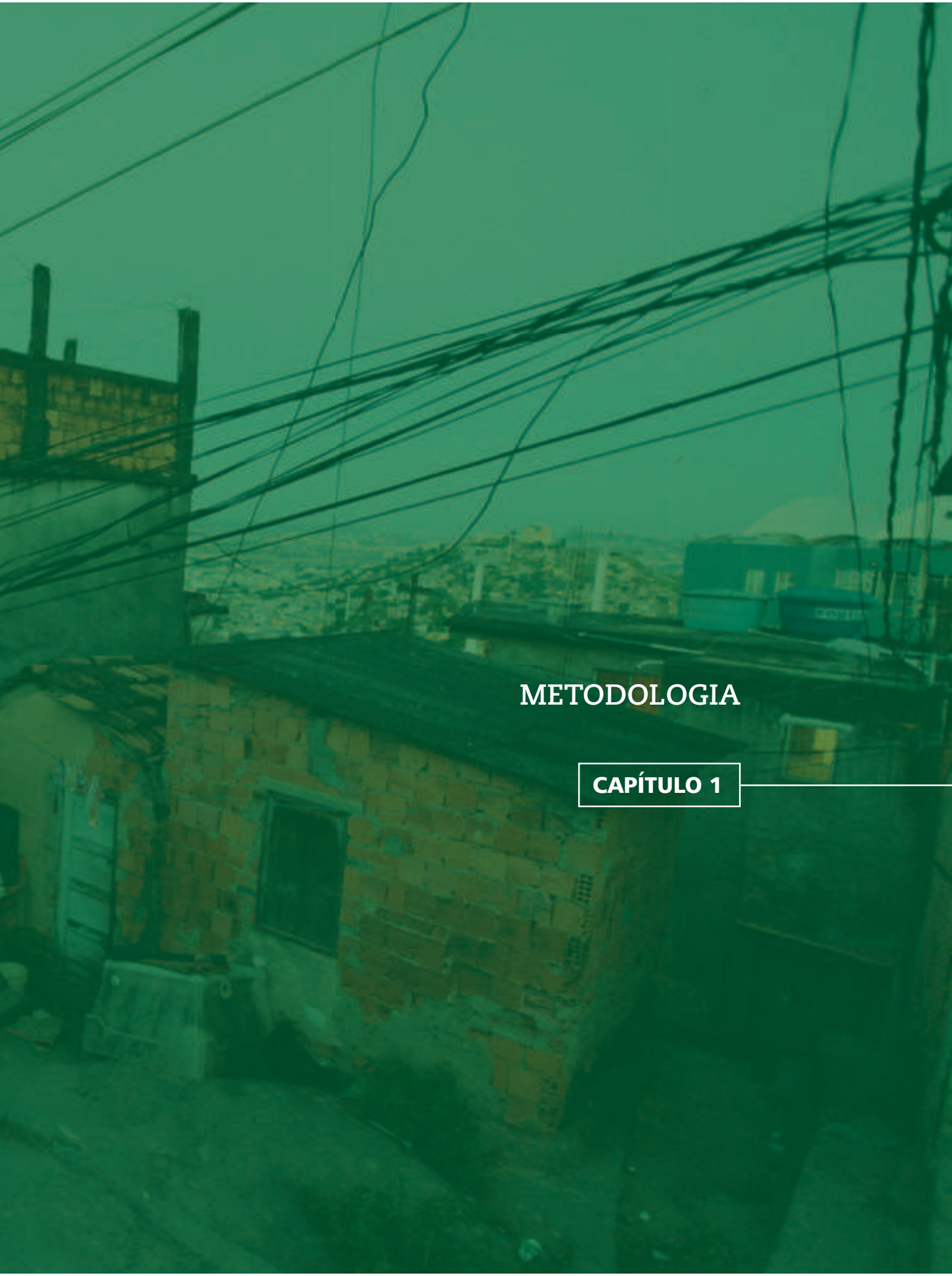
A pesquisa-ação representa para o Soltec/UFRJ o caminho para a ação da pesquisa como facilitadora de processos visando a transformação social. O método da pesquisa-ação utilizado no projeto busca contribuir com o desenvolvimento individual e coletivo das pessoas, tornando-as capazes de maior autonomia na condução de suas vidas. Importante frisar que, embora inclua uma apresentação sucinta do projeto Rio Economia Solidária, esta publicação tratará especificamente do trabalho realizado na

pesquisa. Iniciamos o estudo a partir do reconhecimento das áreas onde a pesquisa seria realizada, seguindo com um levantamento de informações junto aos empreendedores de cada território. A pesquisa teve como universo todos os empreendimentos existentes nas áreas trabalhadas, considerando aqueles que já praticam os princípios da economia solidária, bem como o conjunto amplo de empreendedores que atuam no território e foram convidados a conhecer tais princípios e a participar de um movimento crescente em direção a uma economia mais justa e solidária.

Vale destacar, contudo, que na realização dessa etapa, o Soltec sistematizou os dados e as informações vindos de fontes diversas sobre o território; mapeou os atores sociais mais diretamente relacionados ao desenvolvimento comunitário; organizou e formou comitês locais de pesquisa com os quais compartilhou informações; criou estratégias e tomou decisões. Fez, também, arruamentos como parte do mapeamento cartográfico local, aplicou pré-teste, identificou diretamente 940 empreendedores; consolidou informações, descobriu outras, evidenciou desafios. Sobre este relatório, podemos afirmar que a publicação foi produzida por diversas mãos.

Inicialmente, cada pesquisador ficou responsável pelo capítulo de seu território. Cidade de Deus: Anderson Oriente; Alemão: Vinícius Ferreira; Manguinhos: Cassia Miranda; Santa Marta: Alan Tygel. As coordenações de Monitoramento e Avaliação (Nilza Rogéria Nunes) e de Sistematização (Daniella Bonatto) ficaram responsáveis pelo capítulo de Metodologia, com a ajuda do coordenador de Pesquisa de Campo (Ricardo Mello) e do orientador metodológico (Michel Thiollent). Posteriormente, o pesquisador Vinícius Ferreira ficou responsável pela revisão de todo o livro e da inclusão de um capítulo de análise conjunta dos resultados dos quatro territórios, com a orientação dos coordenadores do Soltec/UFRJ Celso Alexandre Alvear, Antônio Oscar Vieira e Sidney Lianza.

Por fim, este relatório e os resultados da pesquisa foram debatidos em seminários entre janeiro e abril de 2012, com a participação desses pesquisadores e da coordenação do Soltec/UFRJ. No seu formato final, a publicação ficou organizada do seguinte modo: no Capítulo 1, é apresentada a metodologia geral utilizada; nos Capítulos 2 a 5, são apresentados o processo de pesquisa-ação e seus resultados em cada um dos territórios: Cidade de Deus (Capítulo 2), Alemão (Capítulo 3), Manguinhos (Capítulo 4) e Santa Marta (Capítulo 5); no Capítulo 6, são apresentadas partes das análises cruzadas entre os quatro territórios e as lições aprendidas. Na conclusão, são apresentadas algumas limitações da pesquisa e considerações para prosseguimento do trabalho realizado. Esperamos, assim, não apenas deixar registrada a experiência da pesquisa realizada, mas sobretudo contribuir para a reflexão e o trabalho sobre a economia solidária em territórios populares.



METODOLOGIA

CAPÍTULO 1

A metodologia da pesquisa-ação

No contexto territorial, existe um conjunto de políticas publicadas, de programas sociais e de iniciativas de economia solidária que, para ser bem conduzido, requer pesquisas exploratórias, diagnósticos, levantamento de perfis socioeconômicos de moradores, disposições para o empreendedorismo ou para outros tipos de ações sociais, educacionais, culturais, etc.

A metodologia que orienta esses projetos evoluiu no tempo e hoje é muito diversificada. Métodos participativos, interativos, dialógicos para a investigação, técnicas de planejamento, monitoramento e avaliação, com procedimentos participativos constituem um amplo leque de possibilidades, tanto em áreas urbanas, como rurais (BROSE, 2001). Entre essas várias possibilidades, optamos pelo método de pesquisa-ação, bastante conhecido e aplicado em áreas de educação, saúde coletiva, serviço social, desenvolvimento rural e extensão universitária. No contexto do desenvolvimento local e da economia solidária, a pesquisa-ação tem sido utilizada pelo Soltec/UFRJ em vários projetos. A pesquisa-ação é um tipo de pesquisa social que se desenvolve associada com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo, na qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo (THIOLLENT, 1996).

No presente projeto, a pesquisa-ação tem sido utilizada de modo parcial (não integral), porque é um método que requer um longo período de atuação de grupos de pesquisadores e de membros das comunidades, com maior envolvimento, o que se revelou difícil em função dos prazos estipulados e da complexidade das situações encontradas. Em favelas, a pesquisa-ação havia sido até então pouco aplicada e o projeto permitiu um avanço na viabilização do método, sabendo que as dificuldades iam existir.

EM QUE CONSISTE A PESQUISA

Enquanto método, a proposta de pesquisa-ação surgiu nas ciências sociais aplicadas no pós-guerra nos EUA e Europa para tentar superar as limitações dos procedimentos de pesquisa convencional que costuma estabelecer uma separação entre a observação de situações e as ações de membros de coletividades capazes de modificar essas situações. Além disso, a pesquisa convencional utiliza procedimentos de investigação que são principalmente individuais, como no caso de questionários respondidos isoladamente. Foi constatado que a soma de resultados assim obtidos das pessoas de modo isolado não retratam adequadamente a situação e não detectam os fenômenos de mudança coletiva, as condições e efeitos de mobilizações, as atuações coletivas no seio de grupos ou as relações entre grupos que compõem a coletividade.

A pesquisa-ação foi elaborada por seus fundadores como procedimentos que desencadeiam uma interlocução entre membros da situação observada, estruturando a reflexão das pessoas e grupos em função de desafios nas ações empreendidas, sejam elas de fundo social, econômico, educacional, sanitários, cultural, etc.

Ao longo da segunda metade do século XX e durante a primeira década do século XXI, a pesquisa-ação tem evoluído de modo diferenciado segundo os setores de atividades, regiões ou países em que foi aplicada. No contexto do Brasil e da América Latina, a pesquisa-ação se aliou a outra tendência de pesquisa e educação conhecida como pesquisa participante, cujos principais expoentes são Paulo Freire, Carlos Rodrigues Brandão, João Bosco Pinto (1989). A pesquisa-ação e a pesquisa participante convergiram, sob a influência de Orlando Fals Borda,

em uma visão de pesquisa integrada em que os principais atores, principalmente os excluídos, adquirem voz e vez (STRECK; BRANDÃO, 2006), podendo chegar a algum tipo de "empoderamento". No Brasil, a pesquisa-ação ficou conhecida principalmente através do trabalho de Michel Thiollent, através de seu livro Metodologia da Pesquisa Ação que teve dezoito edições até o momento.

Na fundamentação da pesquisa-ação operando no projeto do Soltec/UFRJ são levados em consideração procedimentos desenvolvidos pelo sociólogo francês Henri Desroche (1914-1994)[1] e por autores canadenses, como André Morin (2006) e Hugues Dionne (2007). Tal concepção requer uma forte participação de todas as partes envolvidas e em todas as fases do projeto. Porém, reconhece-se que, na realidade, nem sempre a participação pode estar no seu nível máximo. Isso não significa que a pesquisa-ação não obtenha resultados úteis para orientar as ações, mas deve-se pensar em complementar os levantamentos de dados efetuados por ações complementares, não simultâneas (no ideal, seriam simultâneas), em fases posteriores com grupos envolvidos em experiências de economia solidária e desenvolvimento local.

PESQUISA EM FAVELAS

É preciso salientar a especificidade da aplicação da pesquisa-ação em contexto de favelas. Desde os anos 1950, as favelas cariocas foram objeto de múltiplas pesquisas, de orientações metodológicas diferenciadas. De acordo com Lícia Valladares, foram aplicados vários tipos de pesquisa de campo, tais como: investigação efetuada pelo grupo de Economia e Humanismo, dirigido por L.J. Lebret, pesquisa antropológica vinculada à Escola de Chicago, pesquisa e intervenção em desenvolvimento comunitária, de procedência norte-americana.

O presente projeto propõe uma metodologia diferente das precedentes e, na perspectiva de promoção da economia solidária, constitui uma inovação. Os resultados e contribuições em matéria de ações possíveis poderão ser utilizados como sugestões para o desenvolvimento da cooperatividade nas atividades das comunidades faveladas.

1 Alguns textos de Henri Desroche se encontram traduzidos em Thiollent (2006).

Alguns conceitos

Além do conceito de pesquisa-ação já apresentado, é importante também compreender outros conceitos diretamente relacionados com os objetivos deste trabalho. Dentre eles, merece destaque a percepção sobre o que é economia solidária. Para Singer (2008), a economia solidária é um modo de produção que se caracteriza pela igualdade, tendo como conceito nuclear a perspectiva de igualdade no interior dos empreendimentos, gerando um ambiente de autogestão. Assim, ao contrário dos empreendimentos heterogestionários, na economia solidária os processos internos de tomada de decisão valorizam o equilíbrio de poder entre todos os trabalhadores, constituindo o elemento central para um um ambiente democrático e autogestionário.

Assim como Singer, Gaiger (1999) também reconhece a autogestão, a igualdade entre os trabalhadores, e a democracia interna, como fundamentais à caracterização dos empreendimentos solidários. É possível concluir que para esses dois autores o elemento central característico dos empreendimentos solidários está na supressão da dicotomia entre patrão e empregados, onde um detêm autoridade sobre os outros, sendo o primeiro o responsável pelas decisões enquanto aos demais cabe apenas a execução das ordens emanadas pelos superiores. É a quebra dessa hierarquia e verticalidade o objetivo central dos empreendimentos solidários.

Para França Filho (2002), embora seja válida a identificação de elementos que diferenciem os empreendimentos solidários das empresas capitalistas, a noção de economia solidária deve ser fundada sobretudo por seus aspectos sociopolíticos, pela intencionalidade em fundar uma nova forma de regulação das relações entre economia e sociedade. Assim, acima de tudo, a via solidária representa a escolha de um projeto político de sociedade.

Para além dos aspectos relativos à autogestão, Gaiger (1999) acrescenta dois outros pontos fundamentais para a caracterização dos empreendimentos solidários: a promoção do desenvolvimento humano e a responsabilidade social. Em relação ao desenvolvimento humano, enxerga este como o conjunto de processos de formação da consciência e de educação integral, e iniciativas de qualificação técnica e profissional. Enquanto a perspectiva de Responsabilidade Social diz respeito ao comprometimento com melhorias na comunidade, com relações de comércio, troca e intercâmbio justas, e com práticas geradoras de efeito irradiador e multiplicador.

Como se vê, esse conceito dialoga diretamente com a ideia de desenvolvimento local. O conceito de desenvolvimento local surgiu a partir da crítica aos modelos centralizados de planejamento e àqueles construídos pelos países desenvolvidos e impostos aos países em desenvolvimento, através de agências internacionais de financiamento. Esses modelos visavam quase que exclusivamente ao crescimento econômico e, em muitos casos, traziam poucos resultados efetivos nos países implantados. Quando conseguiam atingir um crescimento econômico, este não era acompanhado de distribuição de renda nem de melhoras nas condições sociais da população.

Segundo Silveira, Bocayuva e Zapata:

O desenvolvimento local pode ser visto como um conjunto de processos interdependentes e complementares que se realizam no território [...]: a formação do capital humano e capital social, o desenvolvimento produtivo do território e a concertação participativa para a gestão do desenvolvimento (SILVEIRA et al, 2001, p. 260).

Assim, o desenvolvimento local é uma forma de se pensar a atuação no território a partir de seus ativos locais, partindo das competências de seus mo-

radores, valorizando o saber local, e articulando este de forma coletiva e participativa. Com isso, busca-se fortalecer ações já existentes no território, formas de produção e cultura tradicionais. E através de fóruns e processos de democracia local, procura-se estabelecer um planejamento coletivo para o território, identificando as potencialidades e os recursos locais, e as necessidades de articulação externa para atingir os objetivos desejados.

O desenvolvimento local normalmente está associado a diversos outros conceitos e ideias, como democracia, participação, bem estar, qualidade de vida, cidadania, redes, experimentalismo, diversidade, pequenas iniciativas, utilização dos ativos locais e organização comunitária para preservar identidade. Segundo Zaoual (2006), o desenvolvimento local está associado a integração dos aspectos sociais, culturais e econômicos, além do respeito às normas e valores locais.

Pelo conhecimento prévio dos territórios por parte da equipe de pesquisa e pelo caráter contra hegemônico da economia solidária, já era esperada a baixa (ou eventualmente nula) incidência de empreendimentos solidários, sendo por outro lado previsto a grande identificação de empreendimentos populares. Nesse sentido, umas das estratégias pensadas a priori, era mapear também os empreendimentos populares, a fim de planejar ações de associativismo, articulação e cooperação com vias a fomentar a criação de empreendimentos e práticas solidárias.

Segundo Razeto (apud FRANÇA FILHO, 2002), a noção de economia popular é utilizada, muitas vezes, para identificar uma realidade bastante heterogênea, marcada por um processo social que pode ser traduzido pelo surgimento e expansão de numerosas pequenas atividades produtivas e comerciais no interior de setores pobres e marginais das grandes cidades, como, por exemplo, os biscates ou ocupações autônomas, as microempresas familiares, as empresas associativas ou, ainda, as organizações econômicas populares (OEP).

Ainda segundo França Filho (2002), a ideia de economia popular tem uma forte relação com a questão do tecido local, comunitário, tratando-se da produção e desenvolvimento de atividades econômicas a partir de uma base comunitária, o que implica uma articulação específica entre necessidades (demandas) e saberes (competências) no plano local.

Por fim, o conceito de cooperatividade foi tido como nuclear para efeito dessa pesquisa, pois está relacionado com a ideia de articulação em rede de forças sociais e econômicas para a promoção do desenvolvimento local. Foi sobre o conceito de cooperatividade que se debruçou principalmente nossa pesquisa.

Adotou-se neste estudo a perspectiva de cooperatividade semelhante àquela defendida por Monteiro (2003). Assim, cooperatividade será encarada como uma forma de promover o desenvolvimento de uma comunidade, sendo resultado da sua capacidade contínua de participação, mobilização, aprendizagem e organização traduzida através da proximidade, da elaboração de projetos, da busca das fontes de financiamento e implementação das soluções.

Com o decorrer da pesquisa, verificou-se que há de fato várias cooperatividades (ou inúmeras formas de se enxergar a cooperatividade), já que sua existência pode ser verificada tanto dentro dos empreendimentos, como de forma mais ampla em relação ao território e ao tecido produtivo local. Mesmo naqueles empreendimento onde não foi encontrada a cooperatividade aqui pesquisada, foi possível apurar práticas, tendências, e expectativas dos entrevistados que apontam para um potencial de cooperatividade, que pode gerar frutos caso seja estimulado, que por sua vez pode ser tanto interna quanto externa. Com isso, passou-se a entender a cooperatividade sob os seguintes aspectos:

- Cooperatividade interna real
- Cooperatividade externa real
- Cooperatividade interna potencial
- Cooperatividade externa potencial

Por cooperatividade interna real entende-se o conjunto de práticas internas a cada empreendimento capazes de denotar a existência de relações horizontais entre os diversos trabalhadores envolvidos. Para a avaliação desse perfil de cooperatividade são considerados os processos de tomada de decisão no empreendimento, buscando avaliar o nível de democracia interna (ou empoderamento dos trabalhadores), a forma de divisão/repartição do lucro e a existência de ações voltadas à promoção do bem estar e do desenvolvimento pessoal/profissional dos trabalhadores.

A cooperatividade externa, por sua vez, trata das relações estabelecidas entre cada empreendimento e o seu entorno, sendo avaliado aqui a existência de articulações com outros atores do tecido socioprodutivo local, tendo como foco a melhora das condições econômicas do território onde atuam.

Nesse quesito são levadas em conta a participação dos empreendimentos em instâncias coletivas como fóruns e conselhos, a articulação em redes de compra e venda coletivas, a valorização do comércio local como parte de suas cadeias produtivas, dentre outros pontos. O meio ambiente também tem um papel de destaque para a avaliação desse perfil de cooperatividade, sendo fundamental para a identificação da cooperatividade externa a mobilização e o engajamento dos empreendimentos para a melhoria da qualidade ambiental de sua região.

Já a cooperatividade potencial é encontrada naqueles casos em que os empreendimentos, sob o aspecto interno e/ou externo, demonstram algum anseio ou interesse em adotar práticas cooperativas como aqui descritas ou mesmo aprofundá-las, naqueles casos em que o entrevistado já as tenha.

Para efeito da pesquisa, cada um dos empreendimentos pesquisados foi avaliado em relação às quatro cooperatividades, a partir das respostas dadas pelos entrevistados no levantamento quantitativo. Para tanto, foi feita uma apuração nos questionários avaliando quais seriam as questões capazes de demonstrar cada uma dessas cooperatividades nos empreendimentos entrevistados.

Ao longo dos conceitos aqui adotados, temos utilizado a ideia de tecido socioprodutivo. É importante destacar, que quando falamos de tecido socioprodutivo, estamos falando de toda a rede/cadeia produtiva e os agentes e atores sociais que estão articulados com ela. Nesse sentido, podem fazer parte desse tecido desde organizações sociais que apoiam os empreendimentos, até as famílias dos empreendedores e trabalhadores.

Percurso metodológico

A metodologia deste trabalho foi inspirada na pesquisa-ação, referencial que representa para o Soltec/UFRJ o caminho para a ação da pesquisa como facilitadora de processos para a transformação social. Assim, teve como foco levantar informações capazes de apoiar ações futuras, para que os sujeitos individuais e coletivos tornem-se capazes de desenvolver seus empreendimentos, através de uma atuação sustentável do ponto de vista econômico, social e ambiental.

Com uma equipe de trabalho formada por 32 agentes comunitários de pesquisa, quatro estagiários, quatro pesquisadores, e coordenadores de campo, de monitoramento e avaliação, de sistematização, de gestão e uma coordenação geral, foi dado início a essa experiência que, dentre outras coisas, gerou aprendizado para os territórios sobre si mesmos, através de seus empreendimentos e atores sociais locais.

Durante o período de um ano foram desenvolvidas as etapas metodológicas do processo de trabalho que será apresentado a seguir, com o alcance de uma pesquisa direta junto a 940 empreendedores comunitários residentes nos territórios circunscritos para esse trabalho – Cidade de Deus, Complexo do Alemão, Complexo de Manguinhos e Santa Marta.

Para facilitar a compreensão do processo metodológico aqui adotado, a apresentação da pesquisa foi organizada em seis etapas:

ETAPA 1 Formação da equipe

Tendo em vista a necessidade de aprofundar os conhecimentos a cerca dos temas centrais deste trabalho (economia solidária, pesquisa ação, etc) foi estabelecida uma etapa de formação onde, sempre de forma coletiva, todos os envolvidos na pesquisa debateram os referidos assuntos.

Através das atividades de formação foi possível integrar todos os profissionais envolvidos, já que foram promovidos dois encontros no Soltec/UFRJ onde os coordenadores e as equipes locais (pesquisadores, agentes de pesquisa, e auxiliares de pesquisa), trocaram experiências e opiniões, em um movimento de consolidação conjunta desse conhecimento.

O primeiro seminário realizado teve o conteúdo voltado aos procedimentos administrativos e à introdução dos conceitos relativos à pesquisa qualitativa, abordagens de entrevistas, método participativo, etc.

O segundo seminário, por sua vez, priorizou a apresentação dos conteúdos referentes à economia solidária e à pesquisa-ação e o que elas representam como diferencial ao processo, além da aplicação do questionário elaborado para o pré-teste como exercício, permitindo que esclarecessem as dúvidas e sugerissem alterações.

Este momento de aproximação revelou-se decisivo na apresentação e definição de conceitos básicos – pesquisa-ação, economia solidária, atores sociais, cooperação nos empreendimentos solidários – em particular quando se intensificou a aproximação que o Soltec/UFRJ passou a estabelecer com os atores e organizações locais.

Complementar a esses encontros, o trabalho de formação também contemplou seguidos debates internos a cada uma das equipes locais, sempre partindo da leitura de textos referenciais, buscando enxergar em cada uma das comunidades pesquisadas elementos capazes de referendar ou refutar as questões teóricas sobre esses temas.

Esse intenso esforço de formação se deu principalmente em decorrência da importância estratégica dos agentes para essa pesquisa. Como seriam eles os responsáveis pelo levantamento de informações na ponta, sendo o ponto de contato direto com

os entrevistados, era fundamental que eles dominassem os conceitos básicos aqui delineados para que pudessem ter clareza das dimensões deste trabalho e também, sempre que necessário, esclarecer os entrevistados sobre conceitos valiosos desta pesquisa.

ETAPA 2 Envolvimento de atores locais

Muito valioso para a pesquisa-ação, os processos de envolvimento de atores locais têm como base a mobilização e o engajamento desse público em atividades da pesquisa, permitindo que contribuam para sua realização, ao mesmo tempo em que vão se apropriando (e ajudando a construir) as informações geradas ao longo do processo. Para a busca do engajamento desses atores, dois instrumentos foram especialmente importantes: o Comitê Local de Pesquisa, e as Devolutivas.

COMITÊS LOCAIS DE PESQUISA

Os Comitês Locais de Pesquisa, ou CLPs, se constituíram como espaços de diálogo e canais para uma escuta atenta sobre questões variadas do território, com maior incidência sobre os objetivos da pesquisa-ação e apoio na identificação dos atores sociais. A estratégia partiu da aproximação até a definição de um contrato informal com os diferentes atores que aderiram ao CLP (entidades parceiras, agentes de pesquisa, organizações sociais de base comunitária, pequenos empreendedores locais).

Os Comitês Locais de Pesquisa foram instituídos com a participação de lideranças locais e moradores, cujo convite se deu a partir da atuação sistemática dos agentes de pesquisa, que foram os potenciais mobilizadores dos atores locais a comporem esse espaço de diálogo.

Enquanto espaço de construção social, os Comitês apresentaram características distintas em cada comunidade, assim como os resultados de suas ações. Esses pontos serão detalhados nos relatórios de cada uma das comunidades pesquisadas. Metodologicamente, um conjunto de ações comuns foram desenvolvidas sob a coordenação do Soltec/UFRJ e pelo Comitê Local de Pesquisa, cujas atribuições se destacam:

- Discussão acerca da delimitação espacial, situando geograficamente a área onde começa a pesquisa, e seu plano de expansão;
- Aportes "com bagagem" sobre o contexto e condições específicas do território;
- Discussão sobre os dados secundários levantados pelo Soltec/UFRJ;
- Acompanhamento do processo de coleta de dados primários, com proposições de conteúdo e estratégia;
- Indicação de atores sociais relevantes e de empreendimentos através do método "bola de neve" (*snowball*)[2]
- Análise qualitativa do processo e validação dos produtos finais de pesquisa.

DEVOLUTIVAS

Vale destacar que a metodologia desenvolvida pelo Soltec/UFRJ contemplou a etapa de Devolução dos Resultados – chamada Devolutivas – e de Elaboração de Recomendações – consubstanciadas em Planos de Ação coletivamente construídos – não como simples elo de fechamento de projeto, mas como processo de construção do conhecimento, na perspectiva do desenvolvimento do território, processo que deve e necessita ser continuado e aprimorado.

Em face de todos os condicionantes do projeto Rio Economia Solidária, os principais resultados da pesquisa junto aos empreendimentos dos territórios foram devolvidos para a comunidade, ao mesmo momento em que se teceram elementos para a construção de um plano de ação, ou um conjunto de recomendações, voltadas para o fortalecimento local da economia solidária.

Conforme as premissas conceituais e metodológicas aqui adotadas, a etapa devolutiva dos resultados e análise conjunta reunindo autores e atores correspondeu ao momento de reflexão e proposição de ações voltadas a resolver os problemas identificados. Na pesquisa, o problema central consistia em conhecer como é hoje a cooperatividade dos empreendimentos locais, para então prospectar passos possíveis para o fortalecimento da economia solidária no território.

Tais passos foram elencados em Planos de Ação, quadros-sínteses compostos pelos campos "Ações" e "Resultados esperados", que se encontram ao final do capitulo de cada território. Uma questão de fundo,

2 No método snowball os participantes iniciais indicam novos participantes e assim por diante (BIERNACKI & WALDORF, 1981). Esse processo de trabalho pode ser descrito como a obtenção de dados ou informações sobre características, ações ou opiniões de determinado grupo de pessoas, indicado como representante de uma população alvo, por meio de um instrumento de pesquisa.

que não foi foco no debate, remeteria à governança das ações, já que não há, em princípio, um ator social ou sujeito político coletivo local com o compromisso público de "levá-las adiante", tanto por falta de atores locais bem estruturados e estáveis com capacidade de levar adiante essas ações, como pela falta de um ator com legitimidade incontestável no território.

ETAPA 3 Reconhecimento do território

O reconhecimento do território consistiu na etapa de delimitação pela equipe local da área que seria efetivamente objeto da pesquisa. Esta etapa foi especialmente importante em Manguinhos, Cidade de Deus, e Complexo do Alemão já que nesses casos a área a ser pesquisada representava uma fração de um território bem maior, sendo portanto fundamental identificar de forma clara seus contornos e limitações com áreas vizinhas.

Durante o reconhecimento foram feitas inúmeras incursões em cada uma das áreas pesquisadas, permitindo a identificação visual desses territórios e dos empreendimentos ali presentes, o que resultou nos arruamentos. Chamamos de arruamento o levantamento numérico dos empreendimentos existentes em cada logradouro dos territórios pesquisados, tendo como objetivo principal gerar um horizonte numérico do público a ser pesquisado, facilitando o planejamento da etapa de aplicação dos questionários. Esse levantamento se deu tanto a partir da identificação visual dos empreendimentos pelos agentes de pesquisa, como também, de forma complementar, apoiado no método "bola de neve" (*snowball*), já que muitos empreendimentos funcionam dentro das casas de seus donos e não possuem identificação visível na rua.

ETAPA 4 Levantamento de informações complementares

Para aprofundar o conhecimento dos territórios, foi estabelecida a realização de um levantamento em fontes secundárias bem como uma pesquisa sobre os atores sociais ali atuantes. Além dos frutos que tais dados deram para a pesquisa, esse levantamento teve como foco a entrega para os atores locais de informações sobre seus territórios permitindo a apropriação e reflexão por esse público, através do CLP.

DADOS SECUNDÁRIOS

O levantamento de dados secundários da pesquisa teve como objetivo uma primeira aproximação com as comunidades pesquisadas, a fim de melhor conhecer a dinâmica local e de apontar as informações necessárias para serem aprofundas no campo.

Os dados secundários foram pesquisados buscando seguir um roteiro comum, com informações gerais sobre o local, sua história, população, equipamentos públicos, economia local, trabalho e renda, entre outros.

Assim, cabe ressaltar dois pontos: o consolidado dos dados secundários representa o que foi possível levantar, considerando as restrições citadas; e a despeito da diversidade de dados secundários que se poderia obter, optamos por direcionar o conteúdo conforme nosso foco de interesse de pesquisa, levantando elementos que tivessem mais interface com a economia solidária.

Em termos de conteúdo básico o levantamento procurou informar:

- Dados gerais sobre a comunidade;
- Localização (bairro, AP, RA);
- Ocupação/evolução urbana;
- História da comunidade;
- Dados socioeconômicos;
- Educação: escolas, creches, etc;
- Saneamento e meio ambiente;
- Assistência social: unidades de CRAS;
- Existência e se desenvolve projetos/parcerias que envolvam geração de renda;
- Atividades econômicas, trabalho e renda e Pesquisas específicas que envolvam a questão econômica e das atividades produtivas.

INFORMAÇÃO	GRUPO/CATEGORIA	FONTE	ALEMÃO	CDD	MANGUINHOS	STA.MARTA
Identificação do assentamento dados gerais: População, educação, saúde, território e meio ambiente	localização, extensão territorial, áreas naturais, urbanizada e/ ou alteradas,educação,saúde, população, POUSO, área ocupada, regularização urbanística e fundiária, anos de restituição ("mapeamento"), datas e escala de aerofotos	IPP, DIG, Armazém de Dados/ SABREN	sim	sim	sim	sim (sobre o bairro)
Mapa de localização e evolução urbana	inserção no bairro	Armazém de Dados/ SABREN	sim	sim	sim	sim
Histórico		Sabren; wikipedia; outras	sim	sim	sim	sim
Senso sociodemográfico	população, alfabetização, sexo.; unidades escolares.; responsáveis por domicílio, espécie de domicílio, esgotamento, saúde, serviço de limpeza.; nascimento por sexo, mortalidade infantil. Residentes (por sexo, idade), responsáveis domiciliares, tipo de domicílio, situação do imóvel, creches, escolas, cursos profissionalizantes, matrículas na rede pública, alfabetização, grau de ensino, destino do lixo,profissões, onde trabalhou	Armazém de Dados - IPP/DIG (2000)	-	-	sim	-
Levantamentos de projetos e instituições	ONGs, igrejas, associações, creches, escolas,projetos, cultura, grupos produtivos	Equipe local da pesquisa	sim	sim	-	sim
Atores, interesses e conflitos	pesquisa do IPPUR/UFRJ	IPPUR	-	-	-	sim
Locais identificados	Comércio e empresas locais, organizações, órgãos públicos, entidades religiosas	Equipe local da pesquisa	-	sim	-	-
População,domicílio, saneamento, assistência social, trabalho e emprego	Residentes (por sexo, idade), responsáveis domiciliares, tipo de domicílio, situação do imóvel, creches, escolas, cursos profissionalizantes, matrículas na rede pública, alfabetização, grau de ensino, destino do lixo, profissões, onde trabalhou.	PortalGeo (censo domiciliar de 2010)	-	-	sim	-
Censo empresarial	Empreendimentos	Censo empresarial 2010	sim	sim	sim	-
Relatório do PAC	Dados gerais		sim	-	sim	-
Entrevistas (Cleonice e Maria do Socorro lideranças comunitárias da Cidade de Deus	contribui para o histórico		-	sim	-	-
Plano Estratégico (2001-2004)	histórico, debilidades, mapas e gráficos.	Prefeitura	-	sim	-	-
Diagnóstico sócio ambiental (1998)	caracterização socioeconomica, hisórico de ocupação, configuração físico-territorial, malha urbana, infraestrutura, saúde, educação, uso do solo, população, mapas.	Prefeitura e SMA	-	sim	-	-

Foram utilizadas diversas bases de dados como os do IBGE, do Instituto Municipal de Urbanismo Pereira Passos (IPP) da Prefeitura do Rio de Janeiro, o Censo Domiciliar do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) e o Censo Empresarial do PAC nas áreas em que estes foram realizados (Manguinhos e Alemão). Também utilizamos informações disponíveis em estudos da Fundação Getúlio Vargas (FGV), pesquisas amostrais realizadas pelo Centro de Promoção da Saúde (Cedaps), entre outras fontes. Os dados secundários consolidados foram apresentados nos Comitês Locais de Pesquisa, por reconhecermos seu papel estratégico na interlocução com a comunidade, e por considerarmos legitimo dar transparência ao processo de trabalho.

"Os dados secundários foram pesquisados buscando seguir um roteiro comum, com informações gerais sobre o local, sua história, população, equipamentos públicos, economia local, trabalho e renda."

INFORMAÇÃO	GRUPO/CATEGORIA	FONTE	ALEMÃO	CDD	MANGUINHOS	STA.MARTA
A participação social no contexto do Desenvolvimento Local/Comunitário: reflexões iniciais. Cláudia Ribeiro Pfeiffer - professora e pesquisadora do IPUR/UFR	histórico, plano de desenvolvimento comunitário, criação do comitê, referências bibliográficas.	IPPUR	-	sim	-	-
Desiguadade e Favelas Cariocas: a cidade partida está se integrando?	Relatório com base no censo 2000 e na PNAD, uma atualização desses dados com o objetivo de apresentar uma fotografia estatísticas dealgumas favelas. Compara indicadores das Rascom os dos aglomerados subnormais. Análise dos movimentos de pobreza e da desigualdade de renda. Condições de educação, saúde,trabalho, acesso a serviços públicos, moradia, ativos privados das condições de vida. Apresenta comparações de renda por gênero, idade, imigração e educação.	FGV	sim	sim	sim	sim
Seminário de devolução de pesquisa (2010)	histórico e algumas reflexões críticas.	Laboratorio de Redes e Infraestrutura Urbana	-	-	-	sim
Análise da pesquisa sócio-econômica		IETS	-	-	-	sim
Pesquisa Socioeconômica e do Perfil de Gestão de Riscos das Populações dos Morros Santa Marta, Babilônia e Chapéu Mangueira		IETS	-	-	-	sim
Demografia, infraestrutura, renda, trabalho, educação,saúde, cultura, vitimização	Renda domiciliar (per capita), indicadores de pobreza e renda, indicadores de mercado de trabalho, posse de documentos, frequencia escolar, escolaridade média (idade 25 anos ou mais), ocupação (jovens 15 a 24 anos), PSF, espetáculos, biblioteca, teatro, música, clubes, parques/ praça, abastecimento de água, esgoto, coleta de lixo, pavimentação, iluminação pública, identificação de ruas e de domicílios, infraestrutura do entorno, posse de bens e acesso às TIC.	FIRJAN	sim	sim	-	-
Elegibilidade para Benefícios (1/2 e 1/4 do salário mínimo)	Formalidade (contribui Previdência); Ocupados; População nativa lixo (queimado); Acesso a coleta de lixo;Lixo (mar, rio); Acesso a energia; Ocupados; Formalidade (Contribui Prev); Acesso a automóvel; Acesso a telefone; Acesso a televisão; Esgoto (mar, rio); Acesso a água; Acesso a casa própria; População nativa; Miséria (Linha CPS)	CPS/FGV através do processamento dos microdados do Censo Demográfico 2000/ IBGE	sim	sim	-	-

ATORES SOCIAIS

O mapeamento dos atores sociais teve o objetivo de formar um banco de dados sobre esse público para ser apresentado, em um primeiro momento, aos membros do CLP, servindo também como base de apoio para futuras ações públicas e/ou privadas que venham contemplar os territórios pesquisados.

O valor desse mapeamento está na possibilidade de indicar rapidamente quantas e quais são as organizações e/ou pessoas presentes em cada território, apontando também seu formato jurídico e tempo de atuação.

Por atores sociais compreendemos as pessoas, instituições e organizações que atuam na comunidade, realizando ações de interesse público, divididos de acordo com as seguintes categorias: ONG/OSCIP, Sindicato Profissional, associação Comunitária, Entidade Setorial, Órgão governamental, Entidade Religiosa, Movimento Social, Meio de Comunicação, Agremiação Esportiva, Agremiação Cultural, Liderança/Pessoa Física e outros.

Nesse sentido, diversas instituições e atores locais foram identificados tanto no campo, pelos pesquisadores de área, quanto em pesquisas anteriores levantadas (dados secundários). Procurou-se identificar pessoas estratégicas tanto na perspectiva do tecido socioprodutivo quanto na representação comunitária.

Para a realização do mesmo foi elaborado um formulário especifico (Apêndice I) e construído um banco de dados. Assim, o mapeamento dos atores sociais buscou abranger todo o território do projeto RIO ECOSOL. Também neste caso, o resultado desse levantamento foi levado ao CLP para que os participantes pudessem tanto se apropriar das informações como também validar o resultado dessa pesquisa.

ETAPA 5 Questionário

ELABORAÇÃO

O questionário representou para esta pesquisa a principal fonte de informações sobre os territórios. A partir dele foram obtidos os dados para a reflexão sobre as cooperatividades existentes. Compreendendo os empreendimentos como motores essenciais ao fortalecimento potencial da economia solidária, assim como à produção de estudos sistemáticos sobre o segmento, partimos do modelo de formulário já utilizado pela Senaes na alimentação de dados do SIES até chegar ao modelo final aplicado (Apêndice II).

Nesse sentido, sua construção considerou o caráter participativo em sua elaboração, contemplando as contribuições advindas dos agentes de pesquisa, seja através de encontros com seus pesquisadores de referência, seja em reuniões ampliadas com todo o grupo participante dos quatro territórios.



PRÉ-TESTE

O pré-teste do formulário de pesquisa consistiu na aplicação de sua versão preliminar junto a um número amostral de empreendedores dos territórios participantes contemplados. O objetivo principal aqui foi avaliar a eficácia do formulário como instrumento de pesquisa, observando a compreensão e as dificuldades de entendimento dos entrevistados sobre as questões formuladas.

Para efeito de validação do instrumento e exercício dos agentes de pesquisa no que concerne às possíveis dúvidas, facilidades e/ou dificuldades com a utilização do instrumento, foram aplicados três questionários por agente, o que correspondeu a um universo de 96 entrevistas realizadas. A aplicação do pré-teste foi fundamental para as correções no instrumento de pesquisa que foi amplamente aplicado na etapa seguinte.

Considerando que esse processo foi construído de forma participativa, cada pesquisador se reuniu com a equipe de agentes de pesquisa do seu território para discutir todos os aspectos relativos a esse exercício. Não obstante, foi realizada uma reunião com todos os participantes no Soltec/UFRJ para os ajustes finais e orientação sobre o processo de inserção no banco de dados, além de uma capacitação geral para a apresentação das alterações realizadas no questionário.

APLICAÇÃO

Para essa etapa foi fundamental a realizaçãção prévia dos arruamentos, já que a organização dos agentes de pesquisa em cada território levou em conta o total de empreendimentos identificados em cada rua, travessa, ou beco.

O monitoramento desta etapa foi realizado através de reuniões semanais, com a participação de toda a equipe local, cujo espaço de encontro e diálogo, além de propiciarem verificar o nível de realização de entrevistas, foi também um momento oportuno para sanar possíveis dúvidas e dificuldades encontradas. Também foram compartilhados os encaminhamentos e acompanhamento geral do processo nas reuniões regulares de equipe técnica.

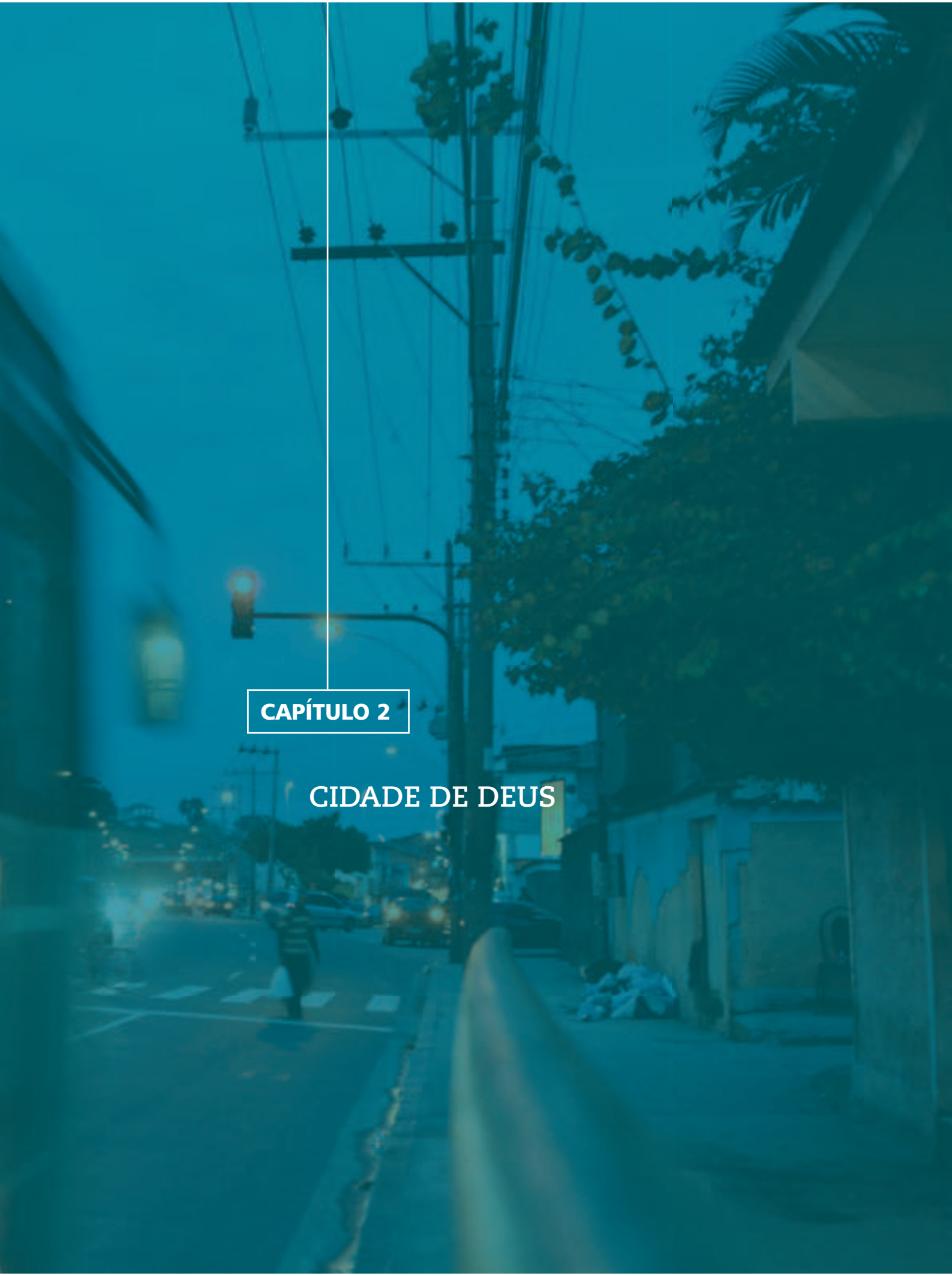
Para otimizar o processo de monitoramento e controle, foi definido o seguinte fluxo dos questionários e alimentação dos dados da pesquisa: após serem preenchidos pelos agentes, os formulários seriam entregues para o pesquisador e/ou auxiliar de pesquisa para passar por revisão. Caso houvesse algum equívoco, o questionário seria devolvido para o agente, para que ele voltasse a campo e efetuasse as devidas correções. Caso não houvesse correções a serem feitas, os formulários revistos deveriam ser entregues ao agente responsável pela digitação para que inserisse as informações na base de dados. Este processo pode ser sistematizado nas seguintes etapas:

- aplicação dos formulários pelo agente de pesquisa,
- revisão pelo pesquisador,
- retorno para correções pelo agente,
- revisão/aprovação pelo pesquisador,
- digitação pelo auxiliar de pesquisa.

ETAPA 6 Pesquisa qualitativa

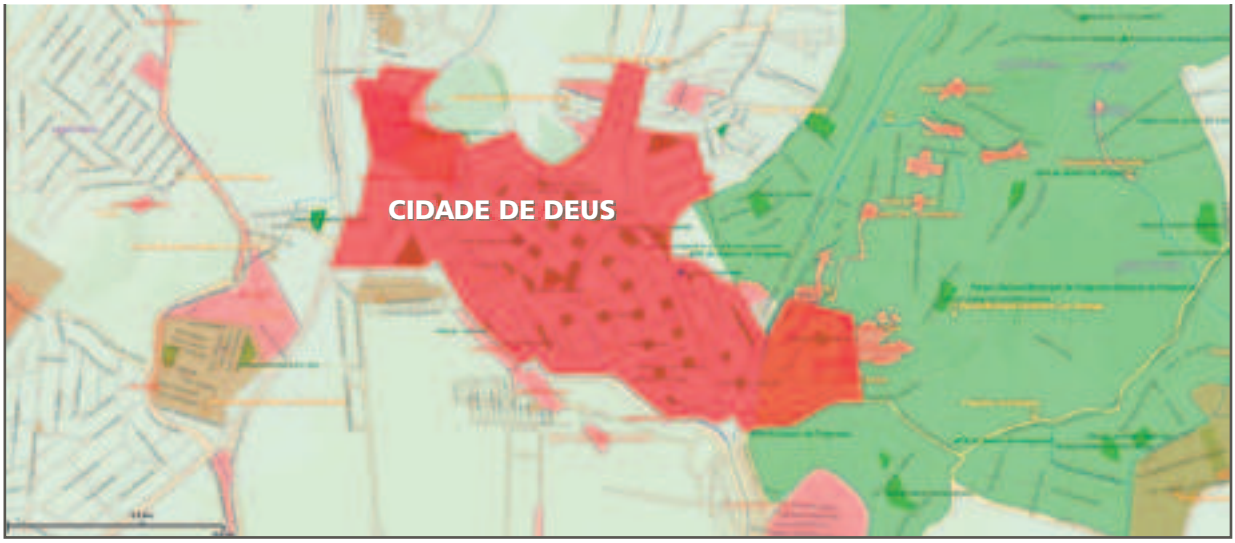
Por fim, em complemento aos levantamentos feitos até aqui, foi feita uma pesquisa semi estruturada com alguns dos entrevistados buscando compreender melhor temas como o conhecimento sobre economia solidária, formas de articulação por eles utilizadas, dificuldades e vantagens de adotar em seus empreendimentos princípios da economia solidária. Para isso, cada pesquisador escolheu dentre os entrevistados 4 ou 5 empreendedores que, de acordo com as respostas obtidas de seus questionários, demonstravam maior cooperatividade e potencial cooperativo.

Nos quatro capítulos a seguir, serão detalhados os resultados da aplicação dessa metodologia para cada um dos quatro territórios pesquisados.



CAPÍTULO 2

CIDADE DE DEUS



Já contando com a equipe completa de agentes de pesquisa, foi feita a primeira visita ao território do projeto, qual seja, toda a Cidade de Deus. Vale ressaltar, porém, que o território da pesquisa é o local conhecido como "Quadra 15". Naquele momento, ainda não havíamos definido precisamente por onde começaria o processo de pesquisa, levando em conta ser esta uma parte do projeto. A equipe local, junto com o pesquisador, percorreu então boa parte da Cidade de Deus e, apesar de ser aquela apenas uma atividade de reconhecimento do território, foi possível contatar desde o primeiro momento instituições sociais, empreendedores, artistas e atores sociais da Cidade de Deus. Após o reconhecimento do território, a próxima atividade na pesquisa consistiu em apresentar o projeto para a comunidade. Realizamos essa atividade em parceria com o Cedac, no Centro de Referência da Juventude da Cidade de Deus. A atividade teve inicio com o Cedac, que apresentou o seu longo trabalho em economia solidária. Na seqüência, realizamos uma apresentação do Soltec/UFRJ e uma apresentação de como seria o trabalho de pesquisa-ação. De maneira geral, a receptividade dos participantes ao Rio Ecosol foi boa. Alguns fizeram menção ao projeto ser uma alternativa para a Cidade de Deus e que a comunidade precisava de uma ação de política pública como essa. E se prontificaram a colaborar para o êxito do Rio Economia Solidária no território.

Além das atividades de acolhida, reconhecimento do território e apresentação do projeto para a comunidade, nos primeiros meses foram realizadas oficinas de formação em pesquisa, pesquisa-ação e economia solidária com a equipe local, com o objetivo principal de criar um embasamento teórico na temática de trabalho dos mesmos.

O começo efetivo do trabalho no campo foi focado em três atividades: o levantamento dos dados secundários para a pesquisa, tendo como referência artigos, textos, pesquisas e publicações, sobre o território da Cidade de Deus; a definição da amostra da pesquisa (escolha dos empreendimentos e atores sociais para aplicação dos instrumentos); e a organização da primeira reunião do Comitê Local de Pesquisa.

Localização da Cidade de Deus[3].

O OLHAR DA COMUNIDADE

Localização e informações gerais

Localizada na Zona Oeste do Rio de Janeiro, a Cidade de Deus fica na proximidade da Avenida Airton Senna, que a corta, além da Estrada Marechal Miguel Salazar Mendes de Morais. O principal acesso ao bairro é pela Av. Edgard Werneck.

Ocupava em 2003 uma área de 120,58 hectares, sendo considerada um bairro pela Prefeitura do Rio de Janeiro. Pertence à XXXIV Região Administrativa-Cidade de Deus, referente apenas a este bairro. Faz parte da Área de Planejamento - AP 4[4].

A Cidade de Deus é composta pelas comunidades: Sitio, Quadra 13, Tijolinho, Karatê, Aps, Mangueirinha, Bariri, Quadra 15, Pantanal, Portelinha, Rocinha 2, Tanguará, Guacha e Quintanilha. Foi cadastrada como favela no dia 15 de janeiro de 2009 sob o código 856.

Este conjunto de comunidades foi pesquisado em diferentes fontes e de forma diferenciada conforme sua organização e ocupação territorial. Entretanto, elegemos as informações disponibilizadas pela Prefeitura, através do SABREN - Sistemas de Assentamentos de Baixa Renda do Instituto Pereira Passos (IPP) - hoje o órgão responsável pelo cadastro de favelas do Município do Rio de Janeiro e do IBGE como as principais fontes de dados nesta primeira etapa do trabalho.

Apesar de existir uma delimitação oficial, estabelecida pela Prefeitura, consideramos também as formas de reconhecimento geográfico realizadas pela população local, permitindo a inclusão de informações baseadas na identidade da comunidade. Cabe ressaltar que não há disponível um conteúdo exato e homogêneo sobre as comunidades em questão, o que impede uma sistematização sobre os contextos de ocupação, localização geográfica e organização comunitária.

3 Fonte: http://portalgeo.rio.rj.gov.br/ipp_viewer
4 Portal Geo/Bairros Cariocas, 2011. Disponível em http://portalgeo.rio.rj.gov.br/bairroscariocas/.

Dados secundários

A seguir apresentamos os dados secundários selecionados para o processo de devolução para a comunidade. Vale ressaltar que focamos nas variáveis: população, renda, escolaridade e mercado de trabalho e indicadores de pobreza, pela sua nitidamente maior interface com os objetivos da pesquisa. O método adotado neste capítulo foi entremear as reações do Comitê Local de Pesquisa, feitas quando da apresentação dos dados, em face principalmente do alto grau de participação dos presentes nos debates, traço marcante da Cidade de Deus. Para efeitos dessa publicação, colocamos também o Índice de Desenvolvimento Social.

ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL (IDS)

O IDS foi inspirado no propalado Índice de Desenvolvimento Humano – IDH, calculado pela ONU (PNUD) para inúmeros países do mundo que, por sua vez, tem servido de base para a construção de uma série de outros índices compostos. Sua finalidade é medir o grau de desenvolvimento social de uma determinada área geográfica em comparação com outras de mesma natureza. Como qualquer índice sintético do tipo, o IDS combina algumas variáveis que melhor caracterizem diversas facetas do fenômeno em estudo. A escolha das variáveis se dá pela pertinência ao tema, mas também da sua disponibilidade e da sua "qualidade estatística".

Em termos operacionais, o IDH, para os países, trabalha com quatro variáveis, acrescentando ao tradicional indicador PIB per capita a taxa bruta de freqüência escolar, a taxa de alfabetização e a esperança de vida. O IDS caminha na mesma direção do IDH, incluindo outras dimensões que caracterizam o aspecto urbano propriamente dito, mas substitui o índice "Renda", usado no IDH, pelo índice "Conforto e saneamento".

Assim, o IDS busca mostrar situações típicas das cidades brasileiras, uma vez que para o melhor conhecimento e atuação pública nas mesmas não basta saber da sua situação sócio-econômica, mas também da urbanística. Tem como base os resultados do Censo Demográfico do IBGE, permitindo comparação com outros anos. O que o diferencia de tantos outros índices igualmente importantes e úteis é o nível de desagregação espacial para o qual ele pode ser calculado: o setor censitário.

Neste sentido, merece destaque o IDS da Cidade de Deus, estimado em 0,498 (Fontes - dados: IBGE.Censo 2000; cálculos: IPP/DIG).

Se compararmos a Cidade de Deus com os outros três territórios da pesquisa do Projeto Rio Economia Solidária, o índice de desenvolvimento social do território é o mais elevado (tabela 2.1).

Há também que se compreender o fato de que estar com indicadores melhores em outros aspectos, em relação aos outros três territórios, não faz com que o grau de vulnerabilidade na Cidade de Deus deixe de ser bem latente. Percebemos isso com a pesquisa no território, pois nos deparamos diversas vezes com enorme quantidade de lixo amontoado pelas ruas, com regiões internas à CDD de extrema pobreza, como o "Karatê" e a Rocinha 2, além de encontrarmos um grande número de desempregados pelas ruas da comunidade.

Neste sentido, é elucidativo que na apresentação das reações do Comitê Local de Pesquisa aos dados secundários, fatores como este se tornem ponto de questionamento. Afinal, o que mostram em essência números que contrariam a realidade vivenciada no dia a dia pelas pessoas nos territórios?

FAVELA	MANGUINHOS	SANTA MARTA	CDD	COMPLEXO ALEMÃO
Índice de Desenvolvimento Social	0,473	0,443	0,498	0,474
% de domicílios particulares permanentes com rede de água adequada	92,70	98,97	98,97	97,90
% de domicílios particulares permanentes com rede de esgoto adequada	78,53	49,68	74,62	84,27
% de domicílios particulares permanentes com coleta de lixo adequada	94,90	97,94	98,88	96,76
Número médio de pessoas por banheiro	0,31	0,29	0,32	0,30
Percentagem dos chefes de domicílio com menos de quatro anos de estudo	32,96	36,69	26,99	36,43
Percentagem dos chefes de domicílio com 15 anos ou mais de estudo	2,39	0,95	1,17	0,86
Percentagem de analfabetismo em maiores de 15 anos	6,62	8,12	4,73	8,73
Percentagem dos chefes de domicílio com renda até dois salários mínimos	61,18	58,56	54,67	60,55
Percentagem dos chefes de domicílio com rendimento igual ou superior a 10 salários mínimos.	1,36	0,24	2,02	1,09
Rendimento médio dos chefes de domicílio em salários mínimos	2,35	2,12	2,58	2,30

Tabela 2.1 Índice de Desenvolvimento Social e seus indicadores constituintes por favela | Município do Rio de Janeiro, 2000[5].

Este é o caso exemplar de quando apresentamos dados supostamente favoráveis sobre o mercado de trabalho local e que, assim como outros, certamente cumprem por vezes mais a função de despertar, problematizar e chamar as pessoas a pensar alternativas coletivas, do que servirem como resultados estáticos, de uma situação que está resolvida e sobre a qual não se quer mudar. Passemos, pois, à apresentação dos dados secundários referentes ao perfil socioeconômico da Cidade de Deus.

PERFIL SOCIOECONÔMICO[6]

POPULAÇÃO

Segundo o IBGE, a Cidade de Deus tinha, em 2000, 38.016 habitantes, dos quais grande parte (38%) crianças e adolescentes. O maior percentual seria composto por adultos (44%), entre 25 e 59 anos. O percentual de idosos situou-se em torno de 9%. Recente pesquisa, contudo, estima um total de 60.723 habitantes (FIRJAN/IETS, 2010) que estariam distribuídos em 10.866 domicílios (IPP/ DIG/ Armazém de Dados, 2000).

Se tomarmos como base os dados do Diagnóstico Sócio-Ambiental (1998) haveria 30.000 moradores em 1991, ao que passo que os dados do IBGE indicaram que a população no ano 2000 era de 38.016. Assim, o crescimento populacional entre 1991 e 2000 teria sido bem inferior ao que ocorreu entre 2000 e 2010, quando a população quase dobrou. Em adendo aos resultados levantados pela pesquisa FIRJAN/IETS, estimativas do Comitê Comunitário da Cidade de Deus já apontam para uma população de 65.000 moradores desde meados da década passada[7].

Ao apresentarmos os dados oficiais no Comitê Local de Pesquisa, fomos questionados, porque segundo os participantes, a população cresceu muito mais do que os dados apresentados na pesquisa. Porém, debatemos e refletimos junto com as pessoas que esses dados são oficiais para efeitos de qualquer política pública realizada no território. O que acalmou os ânimos dos participantes, mas não reduziu a insatisfação. Para muitos, o Censo do IBGE não cobriu toda a comunidade. Agentes da pesquisa que participaram desse tipo de trabalho confirmaram que algumas áreas da Cidade de Deus não são censitárias e não são cobertas pelo Censo.

Os dados referentes à população apontam que as mulheres são a grande maioria na Cidade de Deus e que houve um crescimento de mulheres responsáveis pelos domicílios (tabela 2.2). Esses dados foram bem recebidos pelo coletivo que participou da devolução feita ao Comitê Local de Pesquisa.

LOCAL	MULHERES	HOMENS	TOTAL
Município	3.109.761	2.748.142	5.857.904
Cidade de Deus	20.166	17.850	38.016

Tabela 2.2 Divisão por gênero da população residente em Cidade de Deus e Município do Rio[8].

5 Fonte: IBGE. Censo 2000; cálculos: IPP/DIG. Organização: Soltec/UFRJ, 2011.
6 Este item apresenta o perfil populacional, responsável pelos domicílios, educação, renda e mercado de trabalho.
7 Nos relatos do Comitê Comunitário da Cidade de Deus esse número já seria divulgado em meio às reuniões desde 2005 e em entrevista concedida por pessoa de reconhecido trabalho social na comunidade, Cleonice Dias, à revista Democracia Viva, do IBASE, em 2004.
8 Fonte: IBGE | Censo 2000 | Portal Geo/Bairros Cariocas. Organização: Soltec/UFRJ, 2011

Outro dado que foi recebido com aprovação pelo Comitê foi em relação à divisão populacional por faixa etária, demonstrando o grande peso populacional da população jovem, com faixa etária de 20 a 24 anos (9%), se comparado ao intervalo de faixa super abrangente, dos 25 a 59 anos (44%), cujo número de anos contido no intervalo engloba em cerca de 8 vezes aquela faixa etária do segmento jovem (enquanto o percentual é cerca de 5 vezes maior)[9].

RESPONSÁVEIS PELOS DOMICÍLIOS

No que se refere aos responsáveis pelo domicílio, os dados do Censo 2000 apontam para uma maior proporção de homens do que mulheres. Isso também não causou qualquer surpresa aos participantes do Comitê, embora muitos tenham sublinhado que grande parte dos empreendimentos da Cidade de Deus são formados por mulheres.

EDUCAÇÃO

Os dados sobre educação geraram uma grande discussão entre os participantes do Comitê, pois a simples comparação entre os resultados do Censo de 2000 e dados mais atuais leva à constatação de que houve poucos avanços na Educação na Cidade de Deus. Somente na faixa etária de crianças de 7 a 14 anos, houve um aumento expressivo de alunos matriculados na rede municipal e, mesmo assim, uma das participantes do Comitê apontou que "o aumento de alunos matriculados foi impulsionado pelo benefício do Programa Bolsa Família, porém não temos certeza se realmente estas crianças que estão indo à escola estão realmente sendo alfabetizadas."

Ainda neste ponto do debate, um agente de pesquisa local enfatizou que a comunidade tem a necessidade evidente de uma escola de ensino médio pública de três turnos, sendo que algumas instituições locais estão empenhadas e lutando para que o local onde funcionava a FIA – Fundação Infância e Adolescência na Cidade de Deus, se transforme em uma escola de ensino médio com três turnos. Outra participante ressaltou que a educação básica no país, no processo de desenvolvimento econômico, ficou em 2º plano. E que por muito tempo, os jovens esperavam uma ascensão econômica através do esporte e da arte, porém nunca planejavam seu futuro colocando como prioridade a educação. Uma das principais causas da evasão escolar na comunidade, apontada pelo comitê, deve-se ao fato de muitos adolescentes saírem da escola para ingressarem no mercado de trabalho e, muitas vezes, mesmo depois querendo retomar os estudos, passam a não mais conseguir conciliar os horários da escola com o trabalho. Segundo a mesma participante, essa história faz parte da sua realidade.

RENDA

Dos 10.760 responsáveis por domicílios, 1.734 não tinham nenhuma renda. Sobre esses dados os participantes do Comitê salientaram que grande parte da população com renda é oriunda do setor informal.

TOTAL	10.760
com renda	9.026
sem renda	1.734

Tabela 2.3 Total de responsáveis domiciliares, com e sem renda[10].

A predominância da população com renda de 1 a 2 salários mínimos, para muitos participantes do Comitê, é uma realidade na comunidade. O que chamou atenção da equipe de pesquisa local é que a soma do número de pessoas responsáveis pelos domicílios das quatro categorias com o maior volume de renda (acima de 20, de 15 a 20, de 10 a 15 e de 5 a 10 salários mínimos) chegou a um total de 1.349 pessoas, enquanto que esse número de responsáveis pelos domicílios é menor do que o das duas categorias com menor volume de renda (de ½ a 1 salário e até ½ salário), que representaram 1.793 pessoas. O que atesta que, assim como o Rio de Janeiro e o Brasil, a Cidade de Deus também possui uma concentração de renda expressiva.

Ainda sobre o aspecto "renda", vale ressaltar o grau de não pobres ou indigentes, que corresponde a 71% da população da Cidade de Deus, segundo a pesquisa FIRJAN/IETS, de 2010.

ATIVIDADES ECONÔMICAS/ MERCADO DE TRABALHO

Em meio aos debates realizados na comunidade foram feitas várias menções ao Plano de Desenvolvimento Comunitário de Cidade de Deus (2004). Quando se tratou do tema das atividades econômicas e mercado de trabalho, mereceu registro o que apontou o Plano como os principais problemas em

9 Fonte: IBGE | Censo 2000 | Portal Geo/Bairros Cariocas. Organização: Soltec/UFRJ, 2011
10 Fonte: IBGE | Censo 2000 | Portal Geo/Bairros Cariocas. Organização: Soltec/UFRJ, 2011

termos de trabalho, emprego e renda: grande ociosidade de mão-de-obra; baixo nível de escolaridade da mão-de-obra ociosa; baixa qualificação e capacitação profissional dos trabalhadores; falta de apoio ao trabalhador autônomo; falta de apoio ao empreendedor e baixo nível de interação entre agentes da economia local.

Destacando-se que itens como "falta de apoio ao empreendedor" e "baixo nível de interação entre os agentes econômicos locais" são de especial interesse para a pesquisa que realizamos, assim como os itens referentes à baixa escolaridade e qualificação profissional, que também denotam atenção, no mesmo documento foi citada a expectativa da comunidade em termos de trabalho, emprego e renda, de onde sobressaem: a criação de cooperativas diversas (catadores de lixo, costura); o apoio e incentivo técnico e financeiro ao empreendedor; e a economia solidária difundida e apoiada técnica e financeiramente.

Tendo já um produto em mãos (o Plano de Desenvolvimento Comunitário), que traça um cenário local com sérios desafios no tocante às oportunidades econômicas, o primeiro aspecto a chamar a atenção dos presentes na apresentação dos dados secundários para o Comitê Local de Pesquisa foi o número de ocupados levantados pela pesquisa, com cerca de 92,2% da PEA da Cidade de Deus. Segundo os participantes, esse dado simplesmente não reflete a realidade, porque o número de desempregados, principalmente jovens sem ocupação, é enorme, como se constata ao caminhar pelas ruas do território.

A mesma pesquisa revelou ainda que 49% dos trabalhadores na Cidade de Deus trabalham com carteira assinada (FIRJAN/IETS, 2010). O que foi, mais uma vez, rechaçado por participantes do Comitê Local, para os quais ainda existe um grande número de pessoas desempregadas e sem qualificação profissional, devido à grande carência de políticas públicas no local para a geração de trabalho e renda.

De modo geral, a análise coletiva feita pelo Comitê foi enriquecedora para a pesquisa, ao ter mostrado descontentamento com os dados das pesquisas publicadas sobre o território, e abrindo um flanco questionador sobre as várias pesquisas realizadas na comunidade, o que trouxe elementos importantes para nosso planejamento da pesquisa-ação.

Outro aspecto importante foi o intercâmbio de informações com os participantes, que reagiram de suas respectivas maneiras e provocaram os pesquisadores que apresentavam os dados. Essa troca possibilitou um conhecimento mútuo sobre a realidade da Cidade de Deus e a produção de pesquisas, seja ela feita por dados secundários ou por dados primários (obtenção direta pelo pesquisador).

Devolução dos dados secundários

Em síntese, no processo de devolução dos dados secundários podem ser destacados três aspectos principais. Em primeiro lugar, o próprio esforço de reunir em coletânea os dados secundários, já que os resultados das diversas pesquisas sobre a Cidade de Deus estão dispersos, fazendo com que dados oficiais sobre escolaridade, população e mercado de trabalho, que sempre causam polêmica, fiquem reunidos no mesmo documento. Em segundo lugar, a utilização de dados secundários produzidos pelo próprio Comitê Comunitário da Cidade de Deus, o que valoriza o "saber local", a produção intelectual da comunidade. E, por último, a forma de apresentação, dialógica e expositiva, contando com algumas fotos estampadas, que serviram para tornar a apresentação de tantos números mais leve.

Na reação dos presentes destacam-se os questionamentos sobre o território da Cidade de Deus, com regiões inteiras não inseridas nos limites oficiais; e também sobre a "população", com a colocação de que os dados do censo do IBGE estão muito distantes do número real de moradores da Cidade de Deus. Outro ponto que chamou atenção foi em relação ao mercado de trabalho, pois segundo os moradores os dados da pesquisa são claramente divergentes da realidade da Cidade de Deus.

Ficou, porém, a percepção para os participantes de que os dados do IBGE são dados oficiais sobre a Cidade de Deus, que quem quiser conhecer a comunidade tomará contato com eles, sendo portanto importante debatê-los e dar visibilidade aos problemas detectados. Assim como depreenderam que dados de pesquisas como a realizada merecem uma melhor avaliação, em especial dos critérios metodológicos utilizados pela instituição. Por fim, a apresentação foi bem elogiada e se mostrou bastante participativa, com o debate sendo avaliado como muito proveitoso pelos presentes.

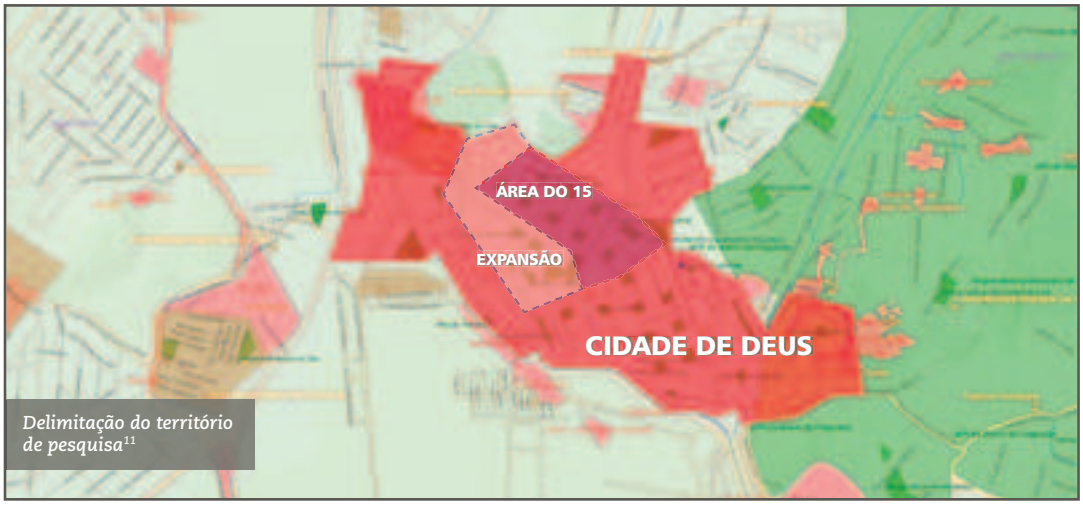
Território de pesquisa

Diante da concentração de empreendimentos comerciais na "quadra 15" da Cidade de Deus, esse local foi escolhido como o território da pesquisa uma vez que a principal fonte para a nossa pesquisa são os empreendimentos, sejam eles formais ou informais.

Porém, mesmo sendo uma escolha estabelecida na elaboração do projeto, isso não impossibilitou a participação da comunidade, no que tange a sua colaboração para a definição precisa enquanto território da pesquisa, o que se viabilizou por meio do Comitê Local de Pesquisa. Dialogando sobre qual seria o território da pesquisa, enunciamos apenas que seria a "quadra 15". Pois bem, mas por onde começar? Até onde ir? Questões que interagimos com os participantes do Comitê, até chegarmos a um consenso sobre qual seria a área do "15", para efeito da nossa pesquisa: compreenderia as ruas Israel, Jeremias, Josias e a Estrada Marechal Miguel Salazar Mendes de Moraes, como também o seu entorno. E assim foi desenhada a primeira parte do território da pesquisa.

Durante o processo do campo, os agentes iniciaram uma expansão da área da pesquisa, debatida na quarta reunião do Comitê Local, realizada no dia 27 de abril. O objetivo de expandir o território da pesquisa era para que, à medida que terminássemos as entrevistas nas quatro principais ruas da quadra 15, iríamos avançando para novas áreas no território da pesquisa. Pactuamos com os participantes do Comitê que a expansão do território da pesquisa compreenderia as ruas Noé, Josafá e a Avenida Cidade de Deus, uma vez que nessas ruas existe um número significativo de empreendimentos.

11 Fonte: http://portalgeo.rio.rj.gov.br/ipp_viewer



Delimitação do território de pesquisa[11]

Mobilização comunitária

A MOBILIZAÇÃO

A mobilização para o CLP teve inicio no evento chamado Acolhida para os Agentes, onde destacamos a importância do Comitê para a pesquisa-ação, enquanto canal de envolvimento e participação da comunidade, estabelecendo o diálogo com o território. E esse canal de dialogo é um processo de intercâmbio de saberes.

No dia 29 de janeiro de 2011, em que apresentamos o projeto para a comunidade, podemos dizer que de fato começamos a mobilização para a primeira reunião do CLP, realizada posteriormente, no dia 15 de fevereiro. Ao apresentarmos o projeto Rio Economia Solidária, começamos a definir de fato o Comitê para os moradores e instituições que participaram da apresentação. Pedimos que convidassem atores sociais, líderes comunitários e pessoas que participassem de atividades no território, para participar daquela que seria a nossa primeira reunião do CLP no local.

Após a apresentação do projeto para a comunidade, a equipe se prontificou em procurar as instituições que foram mencionadas naquela oportunidade. Diante disso, os convites passaram quase que a ser diariamente dirigidos a uma série de atores sociais e pessoas envolvidas com ações comunitárias na Cidade de Deus. Os convites não estavam restritos a comunicar data e local das reuniões, mas se voltavam para que os agentes também explicassem minimamente a economia solidária e como seria formado esse Comitê.

Nas reuniões do CLP que aconteceriam nos meses seguintes (março, abril e julho), além de mantermos este contato mais direto, ou seja, com entrega dos convites e explicações do que seriam as reuniões, passamos a divulgar também pelo endereço de e-mail dos participantes. Embora o contato por email possa não ter agregado tantas pessoas ao Comitê, valorizava aqueles que tinham tomado parte e retornava a importância dos participantes para o processo de pesquisa.

Como resultado do processo de mobilização pode-se dizer de um modo geral, que em algumas reuniões o público esteve mais presente que em outras. Estimamos que isso se deva em parte ao fato que em alguns momentos aconteciam outras atividades no território e que nem sempre os participantes tinham agenda disponível. Por outro lado, é fato também que a mobilização em comunidade pode ser bem difícil, o que não impediu, todavia, que a equipe realizasse todas as atividades previstas. Independente do número de participantes, o CLP teve debates interessantes que contribuíram muito para o andamento da pesquisa no território.

COMPOSIÇÃO E FUNCIONAMENTO DO COMITÊ

A composição do CLP se fez bem heterogênea no território da Cidade de Deus. Nas seis reuniões realizadas, o público foi formado por líderes comunitários, atores sociais, instituições sociais, gestores públicos e empreendedores, sendo bastante diversificado ao longo das reuniões. Tal diversidade foi muito bem vinda para a pesquisa, pois não comprometeu a qualidade dos debates. Ao contrário, permitiu maior riqueza para o trabalho no território.

Na reunião de fevereiro de 2011, onde apresentamos o CLP, contamos com um público de cerca de vinte e cinco pessoas, fruto da divulgação feita pela equipe do projeto, a partir das estratégias descritas.

No momento de apresentação, diante das dúvidas dos participantes, que queriam conhecer melhor o propósito do Comitê, deixamos claro que o CLP constituía um espaço de troca de idéias e aprendizados.

Em sua segunda reunião (março/2011), foi apresentado o projeto e as atribuições do CLP. Em seguida, após intenso debate, definimos que a pesquisa seria iniciada pela quadra 15. Estabelecemos, ainda, uma agenda de encontros do Comitê, onde seriam tratados, os dados secundários da comunidade; a discussão sobre os atores sociais da Cidade de Deus; a expansão do território; informações várias sobre o andamento da pesquisa, entre outros assuntos que fossem necessários.

No mês de julho realizamos duas reuniões do Comitê cujos objetivos se concentravam na apresentação e discussão acerca dos resultados preliminares da pesquisa. Na primeira reunião de devolução preliminar contamos com a mobilização intensiva dos agentes de pesquisa. Porém, apesar de todo o esforço da equipe em divulgar a nossa quinta reunião do Comitê Local de Pesquisa, o quórum obtido foi reduzido.

A despeito da pequena quantidade de participantes, a reunião foi realizada e representou um aprendizado surpreendente, pois o esvaziamento teve um efeito mobilizador, fazendo com que as pessoas ali presentes passassem a querer reforçar a importância da participação no Comitê. Assim, o efeito foi contrário, levando ao fortalecimento da relação com o Comitê e com os parceiros, que se dispuseram a ajudar diretamente na divulgação de uma próxima reunião, ampliada.

Naquela oportunidade, tivemos então uma participação maior, o que foi muito positivo para a apresentação com debate dos resultados preliminares da pesquisa. No começo das atividades fizemos uma apresentação mostrando como se delineou o processo de pesquisa-ação sobre o tecido socioprodutivo na Cidade de Deus, de janeiro a julho de 2011, procurando dar a ideia do processo como um todo. Em seguida apresentamos alguns resultados preliminares dessa pesquisa, tais como: gênero, idade, grau de instrução, média de tempo do empreendimento, ramo ou atividade do empreendimento e formas de organização. A apresentação dos resultados preliminares foi disponibilizada para todos os participantes da sexta reunião do Comitê Local de Pesquisa.

Pontuamos, por fim, que nossa intenção com as permanentes devoluções era mostrar o trabalho de pesquisa-ação realizado ao longo do primeiro semestre de 2011 e os resultados preliminares da pesquisa e que precisávamos da articulação e apoio do Comitê para que pudéssemos realizar um bom evento de devolutiva final dos resultados da pesquisa para a comunidade. Os presentes, em especial aqueles que participaram mais ativamente do Comitê Local de Pesquisa, saíram do encontro com este compromisso coletivo assumido.

Mapeamento dos atores sociais

PROCESSO DE MAPEAMENTO

O mapeamento dos atores sociais buscou ser o mais amplo possível, sem a intenção, porém de cobrir todo o território da comunidade. É necessário fazer ainda a ressalva que, devido ao tamanho e à distância entre as partes dos territórios, assim como às características de cada ator social, as informações tiveram caráter desigual.

Sob estas condições, ter conseguido entrevistar mais de cinquenta atores sociais representou um ganho valoroso para a pesquisa, pois possibilitou também a interação desse grupo com nosso trabalho, seja via Comitê Local de Pesquisa, seja por indicações de empreendimentos pelos atores sociais (método da bola de neve).

Além disso, a iniciativa de realizar o mapeamento possibilitou a maior integração da pesquisa com o território. Primeiro, pelo lado da participação de muitos entrevistados no Comitê Local de Pesquisa; segundo, por ter possibilitado a divulgação da própria pesquisa. Terceiro, e mais importante motivo, por ter proporcionado a ampliação da rede de relacionamento dessas instituições na comunidade, porque divulgamos essas instituições na quarta reunião do CLP. Esse aspecto ficou evidente quando um representante da instituição CEACC, que realizava trabalho comunitário na Cidade de Deus já há muitos anos, apontou que desconhecia o trabalho desenvolvido pela Casa de Evangelização Maria Antônia e se propôs a ajudar a Instituição com doações.

No encontro do Comitê Local destinado ao tratamento do mapeamento dos atores sociais entregamos aos participantes da reunião uma relação com as instituições (atores sociais) da Cidade de Deus que foram pesquisadas pela equipe do Soltec/UFRJ. Alguns participantes sentiram a falta de instituições que são atuantes na Cidade de Deus e que não estavam na relação da Soltec pesquisados. Assim, o Comitê sugeriu que fossem pesquisados outros atores sociais do território: a coordenação do Ponto de Orientação de Trabalho (POT-CDD), Igreja Anglicana e, CRJ. Como desdobramento direto, a equipe local de pesquisa depois viria a entrevistar os novos atores sugeridos e esses foram divulgados na segunda lista de atores sociais, encaminhada para os participantes do CLP.

Como produto, o mapeamento da Cidade de Deus gerou uma pesquisa com 51 instituições de base comunitária, instituições públicas e pessoas físicas que realizam um trabalho para o desenvolvimento social naquele território. A pesquisa se deu através de entrevistas realizadas pela equipe local, com duração média de 20 minutos cada uma e ocorreu entre os meses de março e abril. Trata-se de iniciativa que certamente merece investimentos posteriores e é geradora de aprendizados vários. Um aspecto a comentar é a relação entre o número de atores sociais reconhecidos pelo Comitê e o tamanho a população do território. Esta relação é um indicativo das potencialidades de mobilização social nas comunidades. Na medida em que coube aos CLPs reconhecer os atores sociais enquanto tais, acredita-se que eles têm, de alguma forma, colaborado para o desenvolvimento local ou apoiado os moradores em algumas de suas necessidades e demandas. De outra maneira, alguns atores que não foram reconhecidos como lideranças ou com maior potencial de atuação no território – como certas igrejas e escolas - foram excluídos da listagem.

DADOS OBTIDOS

Em Cidade de Deus foram mapeados cinquenta atores sociais que têm, em média, 19 anos de atuação, representando um ator para cada 1.214 habitantes. A maioria dos atores sociais tem mais de onze anos de atuação, sendo a mais antiga – com cem anos de atuação – uma entidade religiosa. O ator social mais recente é a Escola Técnica Estadual.

A maioria dos atores sociais consiste em grupos organizados, com registro e atuando na forma de - Organização não governamental ou – Organização da sociedade civil de interesse público. As entidades religiosas e os órgãos governamentais são outros atores sociais frequentes.

Em relação ao tempo de atuação, Cidade de Deus é o território no qual as associações estão mais sedimentadas, dentre os quatro territórios pesquisados, com um longo período de atuação. Se por um lado pode revelar maior reconhecimento entre os moradores, por outro pode representar dificuldades adicionais para mudar o foco de sua atuação, ou ainda para se agregarem a novos debates, na medida em que tem suas atividades já consolidadas.

De um modo geral, a maior parte das atividades dos atores sociais está voltada para a atenção a crianças e adolescentes, com apoio à educação, reforço escolar e qualificação profissional. Porém destacam-se também aquelas com maior potencial para o apoio a empreendimentos e atividades de economia solidária, na medida em que são organizações voltadas para a qualificação profissional de jovens e adultos e, ainda, organizações produtivas, tais como grupos de mulheres que produzem artesanato ou de catadores de lixo para reciclagem.

Assim sendo, após toda a fase de tratamento conceitual temático (oficinas de formação e seminário), de teste de formulários da pesquisa, após da realização do arruamento; da definição da amostra de empreendimentos: e do mapeamento de atores sociais, no mês de maio teve início a aplicação dos questionários no território da pesquisa, a quadra 15.

As atividades de campo se estenderam pelo mês de junho e durante a primeira semana de julho. Conseguimos entrevistar 216 empreendimentos. Desse total de entrevistados, podemos destacar em valores percentuais como os setores mais relevantes o comércio, com cerca de 43,80%; os serviços, com 22,38%; produção e comércio, com 20,0 %; comércio e serviços, com 12,86%; e apenas 0,96% alocados unicamente em produção.

Vale ressaltar que o processo de pesquisa-ação na Cidade de Deus, ao longo de seis meses, foi pautado na participação da equipe local de pesquisa e dos participantes do Comitê. Ao pesquisarmos 216 empreendimentos no território da pesquisa, durante cerca da metade do período em que os agentes de pesquisa trabalharam no projeto, os resultados acerca do possível êxito da pesquisa na comunidade podem ser avaliados sob diferentes prismas, e isso é muito bom.

Gostaríamos apenas de chamar atenção para um fator. É que o projeto, além de ter sido um disseminador da economia solidária, pode ter contribuído para formar quadros de pesquisadores dessa "outra economia" no território. Esta foi a aposta metodológica, quando nos primeiros meses do projeto os agentes e auxiliar de pesquisa tomaram para si a temática da pesquisa, Pesquisa-ação e economia solidária e conseguiram replicar esse conhecimento no campo com a pesquisa. Na sequência foram a campo, perceberam possibilidades da economia solidária no território onde nasceram, cresceram e trabalham, atuando diretamente na pesquisa com pequenos empreendimentos na Cidade de Deus. Pesquisa cuja descrição e principais resultados passamos a nos deter em seguida.

Aplicação da pesquisa quantitativa

VISITA EXPLORATÓRIA E ARRUAMENTO

Antes de iniciar a aplicação dos formulários de pesquisa, fizemos uma visita exploratória à comunidade, com o objetivo de fazer um reconhecimento da área e dos limites do território a ser pesquisado. Esta visita foi feita com toda a equipe local de pesquisa.

Depois, dividimos os agentes por áreas para que realizassem o arruamento, isto é, um levantamento preliminar de todos os empreendimentos existentes no local, tendo como resultado uma primeira listagem que serviu de guia para a aplicação dos formulários de pesquisa.

PRÉ-TESTE

O arruamento possibilitou organizarmos as atividades de pré-teste e também a primeira etapa da pesquisa de campo. Com parte dos agentes no campo para a realização do pré-teste, passamos à definição da amostra da pesquisa, correspondendo à escolha dos empreendimentos para aplicação dos instrumentos. Esta etapa, também chamada como definição do pré-teste, resultou no mapeamento de vinte e sete empreendimentos pelos nove agentes no território da pesquisa, sendo que cada um ficou responsável por entrevistar três empreendimentos, entrevistas realizadas no mês de março.

Posteriormente, fizemos uma avaliação deste processo e do instrumento de pesquisa. Os agentes tiveram algumas dificuldades durante o pré-teste. Alguns entrevistados reclamaram da grande quantidade de perguntas do questionário, assim como de já terem participado de várias pesquisas anteriores, sem terem tido retorno sobre o resultado das mesmas. Um empreendedor pediu para que um dos agentes pagasse uma bebida para conceder a entrevista, outros chamaram atenção para a questão do sigilo em relação aos seus dados. Outro ponto importante é que boa parte dos agentes durante as entrevistas com empreendedores foram interrompidos por consumidores ou por funcionários.

Sob o ponto de vista de pré-teste enquanto atividade de pesquisa, foi bastante produtivo, evidenciando para nós uma relativa desconfiança dos entrevistados sobre as perguntas do formulário, principalmente sobre a parte que aborda valores (faturamento) e pergunta a respeito da legalização do empreendimento. No geral, porém, contaram com uma boa receptividade, como no exemplo do pedido de um empreendedor para se envolver mais com as coisas que estão acontecendo na comunidade. Outra questão para a qual o pré-teste foi de grande valia foi a disseminação inicial do conceito da economia solidária, uma vez que muitos empreendedores desconheciam o significado da mesma. Assim, a noção de economia solidária era esclarecida de maneira sucinta e a percepção dos agentes é a de que foram compreendidos em suas explicações.

DIFICULDADES ENFRENTADAS

Na primeira semana de maio teve inicio a aplicação dos questionários nos empreendimentos situados na Quadra 15, território da pesquisa, tendo como ponto de partida que a maior concentração de empreendimentos encontra-se nas ruas Marechal Miguel Salazar Mendes de Morais e Josias, sendo por isso alocado um maior número de agentes de pesquisa para essa parte do território.

A gestão sobre a atividade de aplicação dos

questionários pelos agentes de pesquisa foi realizada nas reuniões semanais, que contavam com a participação de toda a equipe. E pela auxiliar de pesquisa que acompanhava diariamente o nível de atividade. As reuniões, além de verificar o nível de realização de entrevistas, serviam para sanar as possíveis dúvidas encontradas pelos agentes nas entrevistas.

Uma das dificuldades que sobressaem, pelos relatos dos agentes, é a saturação dos empreendedores com outras pesquisas recentemente realizadas na Cidade de Deus. Outro sinal de resistência foi a presença forte da Prefeitura, com a logo colocada na própria camisa dos agentes, pois alguns empreendedores resistiram em participar devido à informalidade dos seus negócios. Por fim, há também os empreendedores que agendaram a entrevista com os agentes e na hora não compareceram, deixando a responsabilidade para algum funcionário, que por sua vez alega desconhecer o projeto, além de não ser a pessoa indicada para conceder a entrevista, por não ser o responsável pelo empreendimento.

Para sanar as dificuldades, os agentes iniciavam suas atividades enfatizando o conceito e a importância da economia solidária. Uma segunda iniciativa no sentido de melhorar a receptividade dos empreendedores à pesquisa eram menções à criação do Banco Comunitário, um dos produtos do projeto Rio Economia Solidária bem visto pelos empreendedores. Outra ação voltada a dirimir as dificuldades encontradas, foi a tentativa de diferenciar a pesquisa do projeto Rio Economia Solidária de outras pesquisas, em especial aquelas que buscam informações de empreendimentos não legalizados, objetivando oferecer aos mesmos possibilidades para sua legalização.

No mês de junho, a aplicação na Cidade de Deus foi realizada tanto na primeira parte do território da pesquisa – englobando as Ruas Josias, Jeremias, Israel e Avenida Marechal Miguel Salazar Mendes de Morais, como também na segunda parte, com as Ruas Josafá, Noé e Avenida Cidade de Deus.

Vencendo cada dificuldade, o trabalho dos agentes locais de pesquisa foi chegando ao seu término pautado pela conclusão da aplicação da pesquisa junto aos empreendimentos e pela revisão dos formulários preenchidos no campo. Essa atividade da pesquisa foi concluída com a digitação de todos os 216 questionários aplicados no território da pesquisa (Quadra 15) dentro do prazo previamente pactuado.

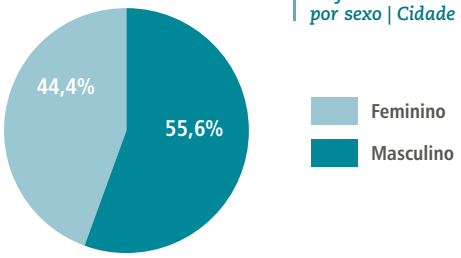
Tendo se constituído os passos seguintes pelo tratamento das informações obtidas, a categorização das perguntas abertas, a análise de cruzamentos e dos dados gerais levantados na pesquisa, dentre outras ações, esta etapa se estenderia até o mês de setembro, quando foi concluída a sistematização das informações da pesquisa quantitativa, cujos principais resultados para a Cidade de Deus são apresentados a seguir.

Resultados da pesquisa quantitativa

PERFIL DO ENTREVISTADO

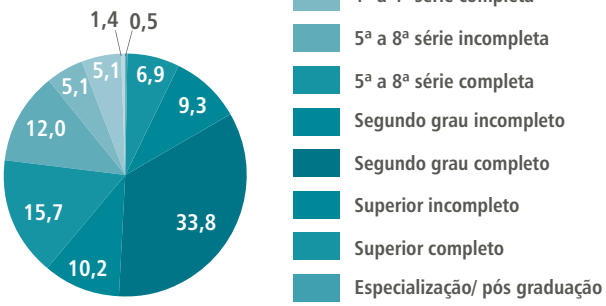
Em Cidade de Deus foi entrevistado um total de 216 empreendedores. Em relação ao gênero, as mulheres foram minoria entre os entrevistados, representando 44,4% do total[12].

Perfil dos entrevistados, por sexo | Cidade de Deus



Em relação à escolaridade[13], cerca de 50% dos entrevistados têm ensino médio completo (relatado como 2º grau completo ou 5ª a 8ª série completa). Quase 10% iniciaram o nível superior mas não concluíram, sendo apenas 7% concluíram o nível superior. O percentual de entrevistados sem escolarização formal pode ser considerado baixo, de 1,4%.

Nível de escolaridade dos entrevistados | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011).



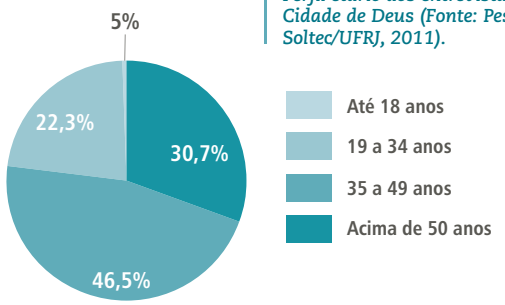
A idade média dos empreendedores no período da pesquisa correspondeu a pouco mais de 44 anos, sendo que a média de idade dos entrevistados ficou em torno de 45 anos, enquanto a média dos homens não ultrapassou os 43 anos;

MÉDIA DE IDADE DOS ENTREVISTADOS	
Média geral	44 anos
Média dos homens	43 anos
Média das mulheres	45 anos

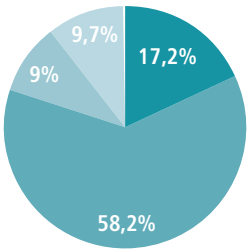
Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Em relação às faixas etárias, a maior parte, 46,5%, situa-se na faixa entre 35 e 49 anos de idade (onde está a média de idade acima indicada, evidentemente), revelando um perfil etário de empreendedor mais experiente e maduro. A população acima de 50 anos representou mais de 30% dos entrevistados, divididos em não absorvidos pelo setor formal até aqueles empreendedores que buscam complementar a renda. Certamente, este caráter de renda complementar se faz valer para alguns, em meio aos cerca de 22% de empreendedores pesquisados com idade entre 19 e 34 anos.

Perfil etário dos entrevistados | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011).



A maioria dos entrevistados consegue obter um rendimento médio mensal[14] entre um e três salários mínimos-SM (58,2%), enquanto 17,2% aufere entre três e cinco SM. Uma parcela reduzida de 6% consegue retirar mais de cinco SM, ao passo que uma parcela três vezes maior (mais de 18%) dos empreendedores obtém rendimento de até um salário mínimo por mês.

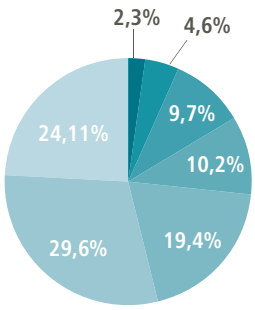


Rendimento mensal obtido com o empreendimento | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011).

- Até meio salário mensal (até R$ 272,50)
- Entre meio e 1 salário mínimo (entre R$ 272,51 e R$ 545,00)
- Entre 1 e 3 salários mínimos (entre R$ 545,01 e R$ 1.635,00)
- Entre 3 e 5 salários mínimos (R$ 1.635,01 e R$ 2.725,00)

PERFIL DO EMPREENDIMENTO

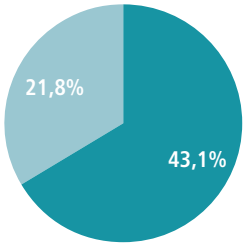
Os empreendimentos em Cidade de Deus possuem, em média, 8 anos de existência, sendo que o empreendimento mais recente ainda não completou 1 ano e o mais antigo já conta com 59 anos de atuação no território. Quase 30% dos empreendimentos têm entre 2 e 5 anos de existência. Já 24% ainda não completaram sequer 1 ano. Os empreendimentos entre 6 e 10 anos representam 19,4%. De forma geral, estes resultados sugerem uma certa "juventude" dos empreendimentos, e a provável necessidade de apoio para que ganhem longevidade.



Tempo de existência do negócio/empreendimento em Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011).

- Até 1 ano
- Entre 2 e 5 anos
- Entre 6 e 10 anos
- Entre 11 e 15 anos
- Entre 16 e 20 anos
- Entre 21 e 30 anos
- Acima de 30 anos

Em relação ao setor de atividade, a maioria dos empreendimentos atua no setor de comércio (43,1%), seguido pelo setor de serviços (21,8%). Quase 21% atuam tanto no setor de produção como comércio e pouco mais de 13,4% atuam em comércio e serviços.

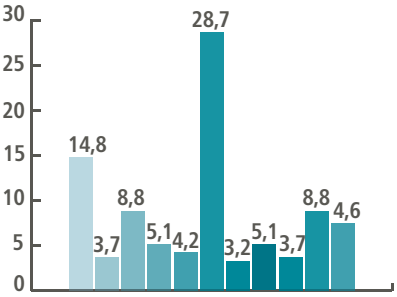


Principal setor de atividade empreendimentos/ Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011).

- Serviços
- Comércio

Quando se observa os ramos de atividade[15], percebe-se que os empreendimentos são bem diversificados. Destaca-se o ramo de alimentação, com 28,7% de atuação, seguido de vestuário (14,8%). O ramo de bebidas também se destaca, assim como o de estética, representando 8,8% dos empreendimentos, cada um[16].

Ramos de atuação | empreendimentos | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011).

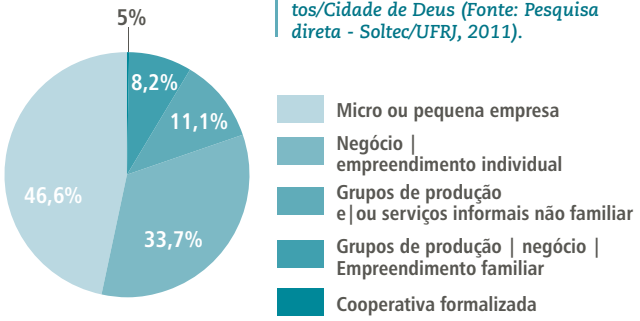


- Eletrodomésticos
- Estética
- Reciclagem
- Serviço de informática
- Saúde
- Alimentação
- Ferragens e construção civil
- Mecânica
- Bebidas
- Calçados
- Vestuário

12 Este percentual não reflete a distribuição de gêneros dos proprietários dos empreendimentos em CDD, na medida em que a própria pesquisa não buscou equanimidade neste sentido.
13 Apesar das mudanças ocorridas na seriação da escolaridade nos últimos anos, optamos pela forma mais conhecida entre os entrevistados, de modo a evitar confusões entre o modo como eles conheciam as séries enquanto estavam na escola e o modo atual, dividido em anos e segmentos.
14 Aqui vale ressaltar que não se trata do "faturamento" do rendimento, mas quanto o entrevistado consegue auferir (ou retirar) para si próprio como pagamento por seu trabalho.
15 Havia a possibilidade de um mesmo empreendimento atuar em mais de um ramo. Por isso a soma não fecha em 100%.
16 Outros ramos foram citados, porém em menor quantidade. São eles: Gráfica (1); Imóveis (1); Combustíveis (1); Móveis (3) e; Veterinária (2).

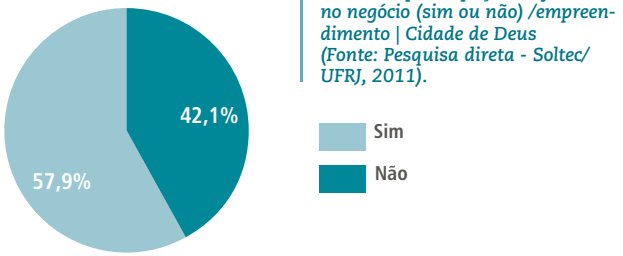
Em relação à sua forma de organização, percebemos que quase 47% dos empreendimentos se auto-identificam como micro ou pequenas empresas, enquanto 33,7% são empreendimentos individuais. Há um percentual significativo (11%) de empreendimentos de natureza não familiar e 8% se classificam como empreendimento familiar.

Forma de organização | empreendimentos/Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta - Soltec/UFRJ, 2011).



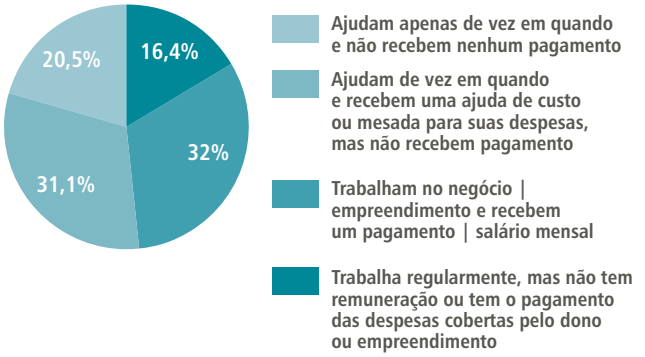
Ainda sobre a participação da família nestes empreendimentos, quase 58% dos entrevistados afirmaram que contam com o apoio de algum membro da família, tanto de forma remunerada quanto não remunerada.

Forma de participação da família no negócio (sim ou não) /empreendimento | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta - Soltec/UFRJ, 2011).



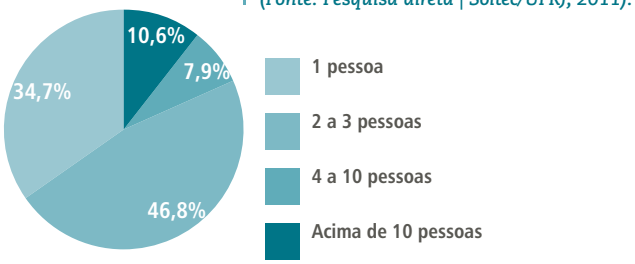
Em relação à forma de participação, a maioria afirma que paga um salário fixo mensal para o familiar que trabalha no empreendimento (32%). Outra parcela informou que os familiares recebem uma ajuda de custo ou mesada (31,1%), e também há aqueles (16,4%) que afirmaram que alguns familiares trabalham regularmente, não recebem remuneração, mas tem suas despesas cobertas pelos donos dos empreendimentos. Cerca de 20% disse que os familiares ajudam apena de vez em quando e não recebem pagamento.

Forma de participação da família no negócio /empreendimento | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011).



Em Cidade de Deus os empreendimentos entrevistados ocupam um total de 610 pessoas, com uma média de 2,8 empregados por empreendimento. Os empreendimentos com maior número de trabalhadores (em torno de 10%) têm 50 empregados, enquanto aqueles que são individuais representam 34,7%. A maior parte, porém, ocupa entre duas e três pessoas (quase 47%). Cerca de 8% dos empr eendimentos entrevistados ocupa entre quatro e dez pessoas.

Quantidade de pessoas que trabalham no empreendimento | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011).

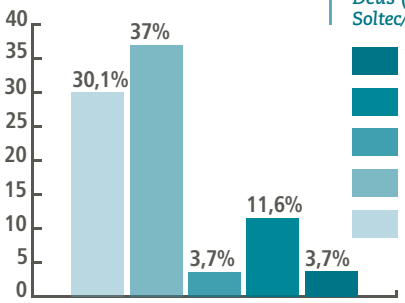


Em relação ao gênero das pessoas ocupadas no empreendimento, a maioria são homens (52%).

QUANTIDADE DE PESSOAS QUE TRABALHAM NO EMPREENDIMENTO	BASE	%
Homens	318	52,1
Mulheres	292	47,9
Total	610	100,0

(Fonte: Pesquisa direta - Soltec/UFRJ, 2011).

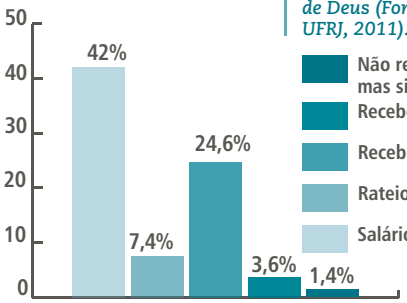
Os empreendimentos que não têm empregados (30,1%) são aqueles conduzidos apenas pelo proprietário. A maioria (37%) ocupa trabalhadores informais. Vale destacar que um percentual interessante de empreendimentos (11,6%) emprega com carteira assinada[17].



Vínculo dos trabalhadores no empreendimento | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011).

- Voluntário
- Carteira assinada
- Cooperando | associado
- Informal (sem carteira)
- Não tem empregados

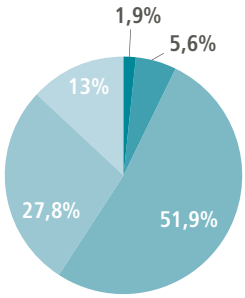
Em relação à forma de remuneração, 42% dos empreendedores afirmaram pagar um salário fixo, enquanto em quase 25% dos empreendimentos os trabalhadores recebem por produção. Cerca de 17% os empregados recebem por rateio (pode ser o caso das sociedades, por exemplo) e em 4,3% dos casos há o pagamento de mesadas.



Forma de remuneração das pessoas que trabalham no empreendimento | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/ UFRJ, 2011).

- Não recebe em dinheiro, mas sim em produto
- Recebe por hora trabalhada
- Recebe por produção | venda
- Rateio/ divisão entre os participantes
- Salário fixo

Em Cidade de Deus, quase 52% dos empreendimentos entrevistados pagam entre um e três salários mínimos ao mês às pessoas que trabalham no negócio/ empreendimento. O que realça de imediato o papel importante que podem desempenhar na economia da comunidade, sabendo-se que uma faixa também consideravelmente grande dos empreendedores (praticamente 42%) paga até um salário mínimo.

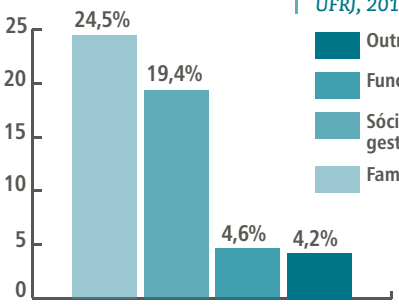


Média de rendimento das pessoas que trabalham no negócio/empreendimento | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011).

- Até meio salário mensal (até R$ 272,50)
- Entre meio e 1 salário mínimo (entre R$ 272,51 e R$ 545,00)
- Entre 1 e 3 salários mínimos (entre R$ 545,01 e R$ 1635,00)
- Entre 3 e 5 salários mínimos (entre R$ 1635,01 e R$ 2725,00)
- Mais de 5 salários mínimos (acima de R$ 2752,00)

GESTÃO DO EMPREENDIMENTO

Foram feitas algumas perguntas para se pensar o modo como são geridos os empreendimentos. Assim, perguntamos para os entrevistados cujos empreendimentos não eram individuais se costumavam consultar outras pessoas na tomada de decisões. Cerca de 25% dos entrevistados costuma consultar a família, enquanto pouco mais de 19% consultam seus sócios ou setores de coordenação e gestão do empreendiment. Dez empreendedores (5%) disseram que consultam seus funcionários[18].

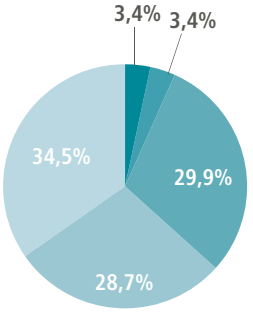


Consulta na hora de tomar decisões sobre o empreendimento | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/ UFRJ, 2011).

- Outros
- Funcionários
- Sócios | coletivo de coordenação | gestão
- Família

17 Percentual calculado com base no total de respostas positivas para o tipo de vínculo.
18 Percentual calculado com base no número de respostas positivas para as opções.

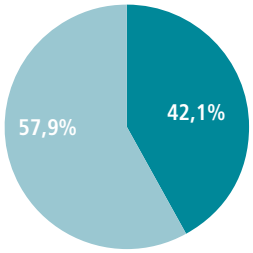
Em relação à frequência com a qual o empreendedor se reúne com o grupo para tomar decisões, aproximadamente 35% se reúne, em média, menos de uma vez por mês, porém, para quase 29% a frequência é de uma a duas vezes por semana. Já cerca de 30% se reúne com o grupo para tomar decisões de três a quatro vezes por mês.



Frequência com que o grupo se reúne para tomar decisões | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011).

- Menos de uma vez por mês
- De uma a duas vezes por semana
- De três a quatro vezes por mês
- Uma a duas vezes por semestre
- Uma a duas vezes por ano

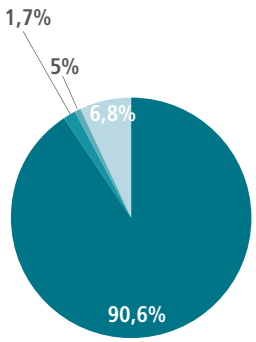
A maioria dos empreendimentos (57,9%) possui CNPJ ou algum outro tipo de registro. Os empreendimentos que não possuem representam 42,1%, dentre os entrevistados.



O empreendimento possui CNPJ (sim ou não)? | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011).

- Sim
- Não

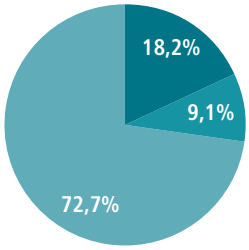
Entre aqueles que possuem CNPJ ou registro, 90,6% são pequenas ou microempresas e 6,8% são trabalhadores autônomos. Entre os entrevistados encontram-se ainda duas associações (1,7%) e uma cooperativa (0,9%).



Tipo de registro do negócio/ empreendimento | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011).

- Autônomo
- Associação
- Cooperativa
- Micro e pequena empresa

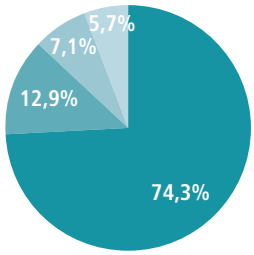
Dentre os entrevistados cujos empreendimentos não possuem registro ou CNPJ, a maioria (72,7%) afirmou que tem muito interesse em se formalizar, enquanto 9,1% afirmaram ter pouco interesse e 18,2% que não tem interesse na formalização.



Grau de interesse em registrar o negócio/ empreendimento | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011).

- Sim, tem muito interesse
- Sim, mas tem pouco interesse
- Não tem interesse

Para quem respondeu que tinha muito ou pouco interesse em se formalizar, a principal razão apontada foi deixar o negócio correto (74,3%). Ter acesso ao crédito (12,9%) foi a segunda opção escolhida.



Principal razão para querer registrar o negócio/ empreendimento | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011).

- Para ter acesso a programas de investimentos | benefícios do governo
- Para negociar melhor com fornecedores e compradores | consumidores
- Para conseguir | ter acesso ao crédito | empréstimos
- Para ficar com o negócio

Mais no sentido de perceber como se divide o universo dos trabalhadores autônomos, três pagam aposentadoria pública (INSS) e três pagam tanto INSS como o imposto de Microempreendedor Individual, também conhecido como MEI. Apenas um, entre os entrevistados, disse que não pagava nem INSS nem MEI.

POSSUI CARTÃO MICRO EMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI) OU INSS	EMPREEENDIMENTO
Não possui MEI nem paga INSS	1
Possui cartão do MEI	1
Paga INSS	3
Possui MEI e paga INSS	3
Total	8

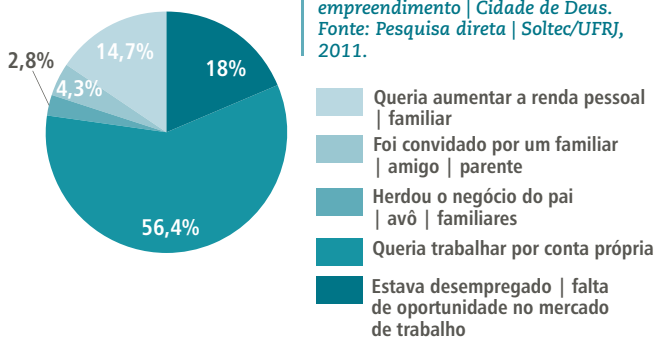
(Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011).

Entre os entrevistados que disseram não ter interesse em se formalizar, seis disseram que não o fazem porque os impostos são muito altos e quatro acreditam que não seria vantajoso para seu empreendimento.

RAZÃO PARA NÃO TER INTERESSE EM REGISTRAR O EMPREENDIMENTO	BASE	%
Por causa dos impostos que são muito altos	6	42,9
É apenas um trabalho temporário	2	14,3
Não acha que seria vantajoso para o eu negócio/não me beneficiaria	4	28,6
Os seus serviços/produtos ficariam mais caros	1	7,1
Pretender fechar o negócio/ se aposentar	1	7,1
Total	14	100,0

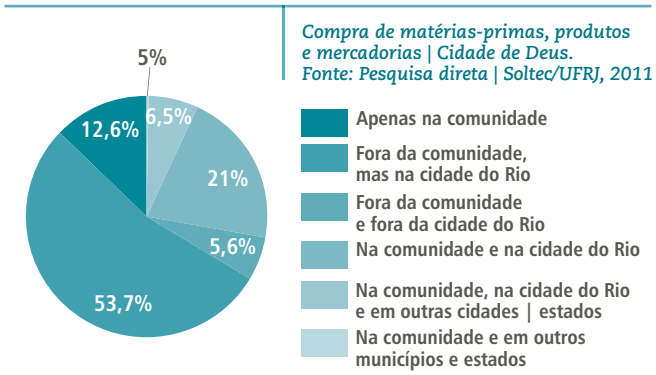
Fonte: Pesquisa direta - Soltec/UFRJ, 2011.

O desejo de trabalhar por conta própria representou quase 57% da motivação para iniciar o empreendimento, segundo a pesquisa de campo realizada pelo Soltec/UFRJ. A segunda motivação mais assinalada, por 18% dos entrevistados, foi que à época que iniciaram os empreendimentos estavam desempregados e cerca de 15% disseram que sua motivação foi querer aumentar a renda familiar.



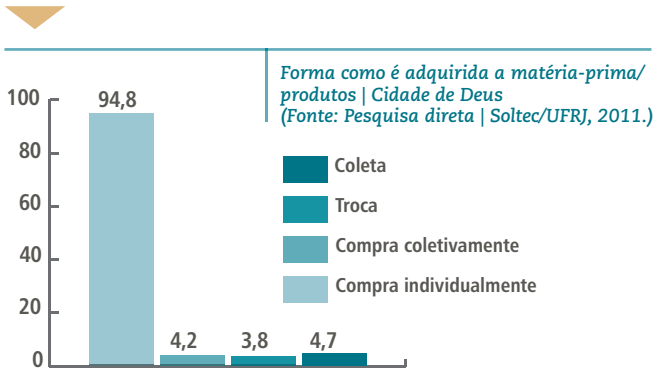
Principal motivo para o negócio/ empreendimento | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Em relação ao local onde o empreendedor costuma comprar matérias-primas e insumos para o empreendimento, a maioria (53,7%) compra fora da comunidade, mas na cidade do Rio. Um percentual expressivo (21%) compra tanto na comunidade quanto na cidade, Quase 13% compram exclusivamente na comunidade e 5,6% compram fora da comunidade e da cidade.



Compra de matérias-primas, produtos e mercadorias | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011

A grande maioria dos entrevistados compra sua matéria-prima ou seus insumos individualmente[19] (94,8%).

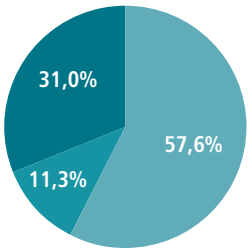


Forma como é adquirida a matéria-prima/ produtos | Cidade de Deus (Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.)

19 Cálculo com base no total de pessoas que responderam positivamente esta modalidade de compra.

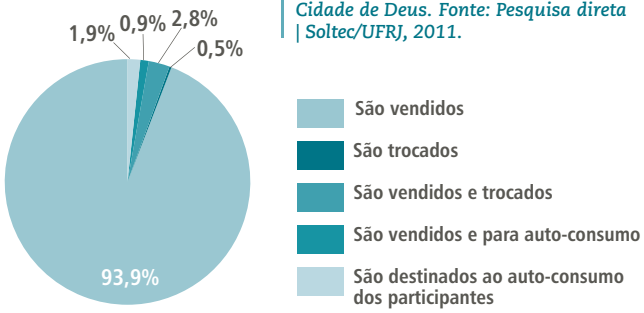
Tendo sido perguntado aos entrevistados se havia interesse em participar de grupos de compras coletivas, a maioria (57,6%) dos entrevistados disse que não tinha interesse. Porém. 31% disseram que tinham muito interesse em participar de grupos de compra e 11,3 % afirmaram ter pouco interesse.

Interesse em participar de grupos de compra coletiva | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



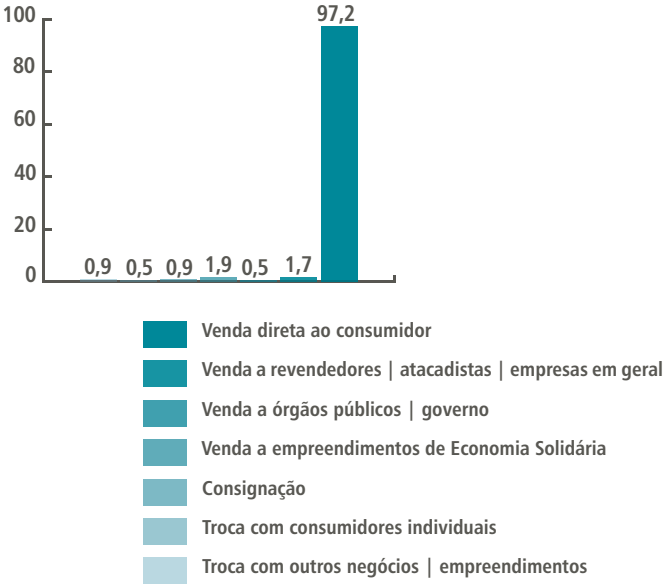
Quase 94% dos produtos, mercadorias e serviços se destinam para venda[20]. Alguns empreendimentos também produzem para venda e para troca. Um empreendimento produz apenas para a troca (0,5%) e quatro (2%) produzem tanto para vender quanto para autoconsumo.

Finalidade dos produtos/serviços | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



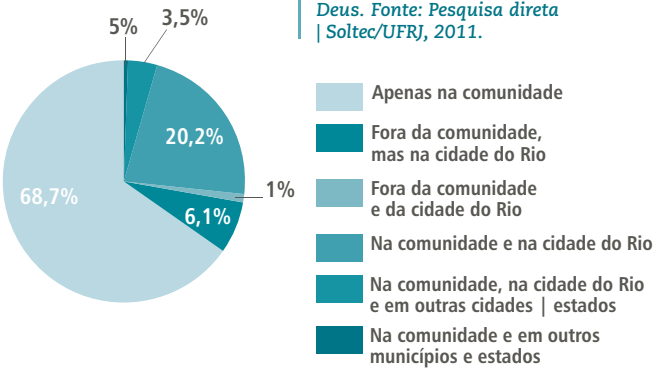
Cerca de 97% dos entrevistados vendem seus produtos ou serviços diretamente para o consumidor[21]. Dez entrevistados (4,9%) também vendem para revendedores ou atacadistas e quatro (1,9%) vendem para empreendimentos de economia solidária.

Forma de comercialização dos produtos/ serviços | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



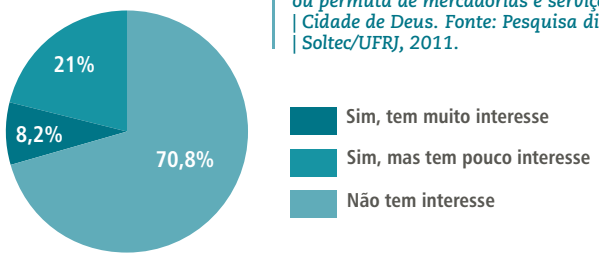
A principal praça de comercialização é a própria comunidade, para quase 70% dos empreendimentos entrevistados. Os empreendedores que escoam seus produtos tanto na comunidade quanto na Cidade representam 20,2%. Um percentual menor (6,1%) vende fora da comunidade, mas na cidade no Rio.

Principais locais onde se comercializa os produtos e/ou serviços | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



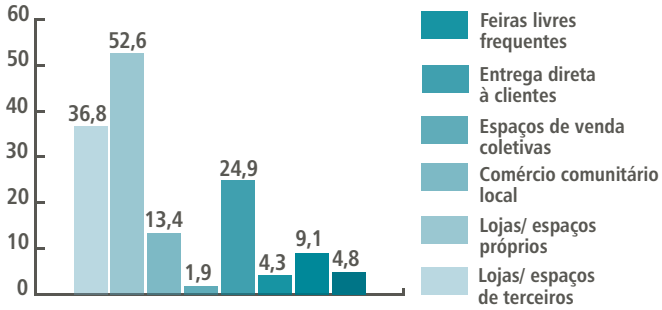
Sobre realizar troca[22] ou permuta de mercadorias e serviços, quase 71% afirmou não ter interesse; entre os que afirmaram ter interesse 21% disse ter muito e 8,2% disseram ter pouco interesse.

Grau de interesse em realizar troca ou permuta de mercadorias e serviços | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



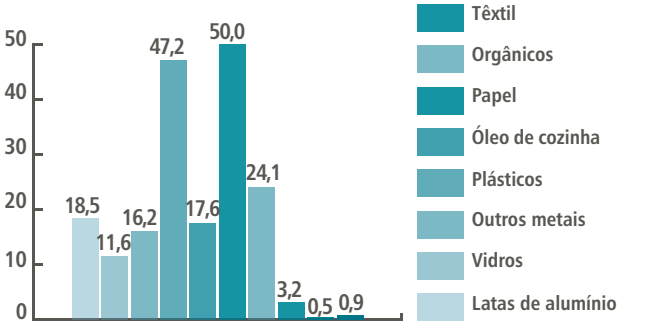
Sobre os espaços de comercialização de produtos e serviços[23], a maioria tem espaços próprios (53%); um percentual grande ocupa lojas e espaços de terceiros (36,8%); quase 24% entregam seus produtos ou serviços diretamente para os clientes; e 13,4 vendem em comércio comunitário local.

Principais locais onde se comercializa os produtos/ serviços | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



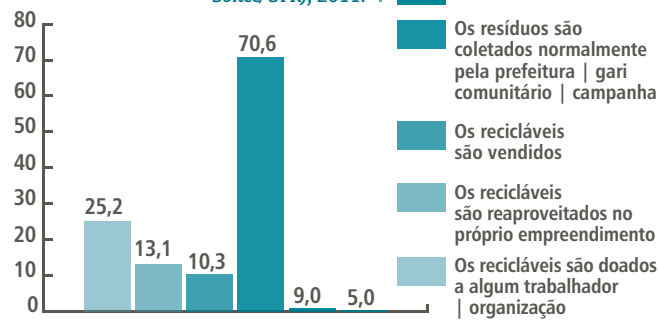
Percebe-se pela distribuição e pelos percentuais mais altos que os empreendimentos geram diferentes tipos de resíduos. A maioria consiste em papéis (50%) e plásticos (47,2%). O lixo orgânico é gerado por 24,1% dos empreendimentos.

Tipo de resíduo/lixo/sobras de materiais gerados pelo negócio/empreendimento | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Não obstante serem todos resíduos, mais de 70% dos entrevistados disseram que eles são recolhidos pelo sistema de coleta de lixo da cidade do Rio. Mas há também um percentual significativo (25,2%). de empreendimentos que doam os resíduos recicláveis. Existem também aqueles que aproveitam os recicláveis em seu próprio empreendimento (13,1%) e empreendedores que os vendem (10,3%).

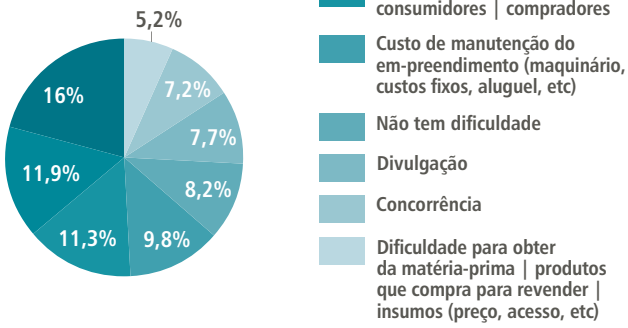
Destino do resíduo/lixo/sobras de materiais gerados pelo negócio/ empreendimento | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



20 Vale ressaltar que nem todos os empreendimentos são produtivos. Deste modo, sobre produtos entendemos tanto a mercadoria produzida por um empreendimento produtivo, quanto aquela vendida no setor de comércio ou ainda o serviço prestado.
21 Percentual calculado com base nas respostas positivas para a modalidade de comercialização indicada.
22 Pergunta feita apenas para os entrevistados que afirmaram que não faziam troca ou permuta.
23 Percentual calculado a partir das respostas positivas para o espaço de comercialização citado.

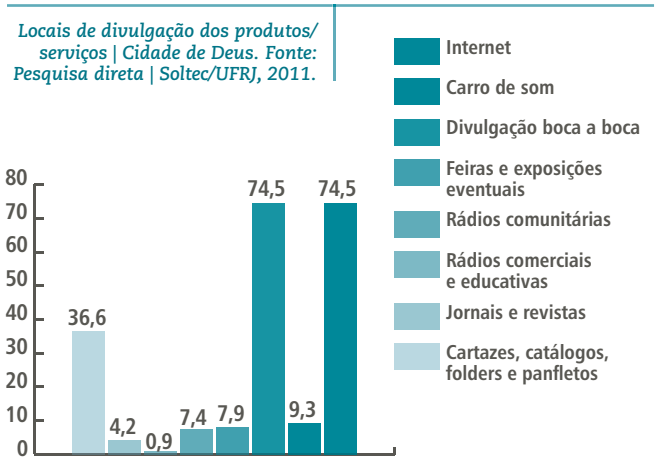
Dentre as principais dificuldades para o empreendimento, os entrevistados citaram majoritariamente o acesso ao crédito (16%). Este resultado tem grande chance de estar influenciado pela chegada de um banco comunitário no território da Cidade de Deus, já que muitos empreendedores sabiam que uma das ações do projeto RIO ECOSOL era a implantação de um Banco Comunitário, e por isso, sinalizaram essa dificuldade. O problema de crédito é um grande gargalo para os pequenos empreendedores porque muitos deles não apresentam garantias reais para obterem empréstmos em um banco comercial. A falta de espaço adequado foi a segunda dificuldade mais citada (11,9%), seguida pelo baixo poder aquisitivo dos consumidores[24] (11,3%)

Principais dificuldades dos empreendimentos | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



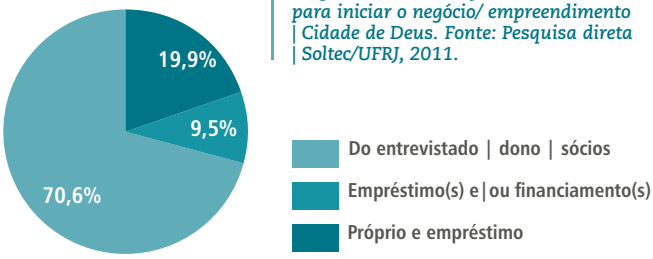
Sobre os espaços de divulgação do empreendimento[25], quase 75% dos entrevistados apostam no "boca a boca"; 75% assinalaram que usam a a Internet para divulgar seus produtos e serviços; e cerca de 37% se utiliza de panfletos, catálogos, cartazes e folders como instrumentos de divulgação.

Locais de divulgação dos produtos/ serviços | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



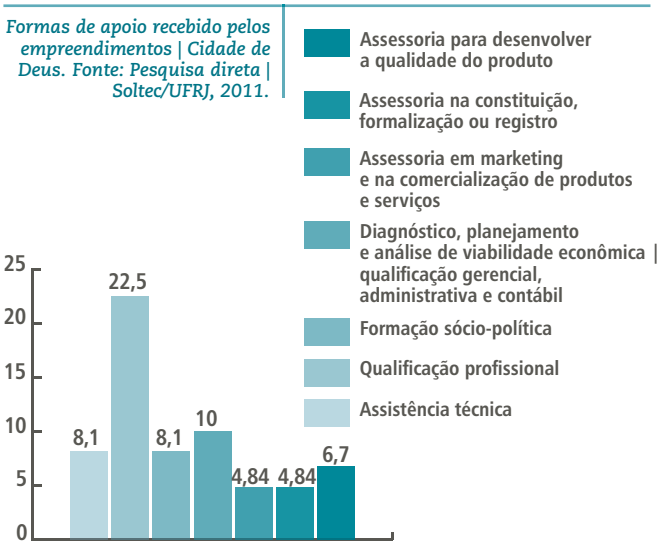
A maioria dos empreendedores usou capital próprio para iniciar seu empreendimento (70,6%). Praticamente 20% usaram recurso próprio associado a empréstimos e 9,5% usou apenas empréstimos.

Origem dos recursos financeiros para iniciar o negócio/ empreendimento | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

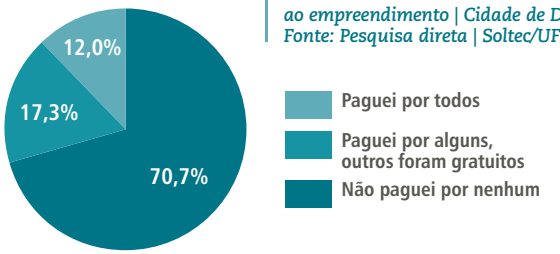


Cerca de 75% entrevistados contaram com apoio ou assessoria a seus empreendimentos. A maior modalidade de assistência foi qualificação profissional, direcionada a 22,5% dos entrevistados. 10% dos entrevistados tiveram assessoria em elaboração de diagnósticos de planejamento, enquanto 8,1% receberam assistência técnica.

Formas de apoio recebido pelos empreendimentos | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Pouco mais de 70% daqueles que receberam algum tipo de assessoria ou apoio não pagou por este serviço; 12% pagaram por todos os serviços; enquanto 17,3% pagaram por algumas assessorias e outras não.



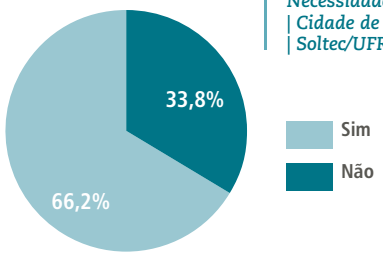
Forma como viabilizou receber assessoria ao empreendimento | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Entre as instituições que apoiaram os empreendimentos, foram citadas entidades do Sistema "S", órgãos governamentais, ONGs, universidades e cooperativas de técnicos. O que demonstra existirem várias instituições atuando na região. É interessante destacar, porém o baixo número de entrevistados que recordam saber citar qual a instituição, sugerindo que as entidades responsáveis por este tipo de trabalho devam refletir sobre algumas características das ações importantes que realizam no território.

TIPO DE INSTITUIÇÕES QUE FORNECERAM APOIO	No.
ONGs, OSCIPs, Igrejas, Associações e Conselhos Comunitários etc...	13
Órgão governamentais/CRAS	2
Universidades/incubadores	2
Cooperativas de técnicos	1
Sistema "S"	30

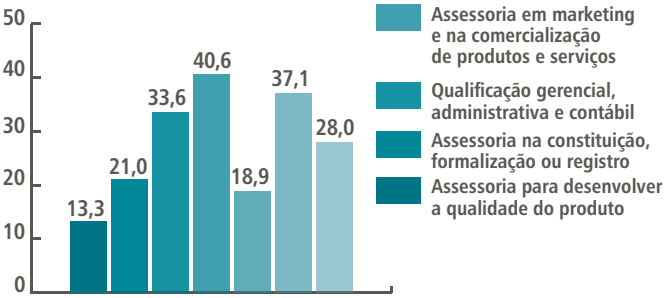
Instituições que fornecem apoio, por tipo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Vale destacar que mais de 66% dos entrevistados afirmaram necessitar de apoio técnico em seus empreendimentos.



Necessidade de apoio técnico | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

A principal assessoria demandada se destina para o marketing e a comercialização de produtos, representando 40,6% das demandas do total de entrevistados que disseram que seus empreendimentos necessitam de assessoria. Já para o registro e formalização correspondeu a cerca de 34% e a demanda de assessoria para assistência técnica ficou no patamar de 28%.

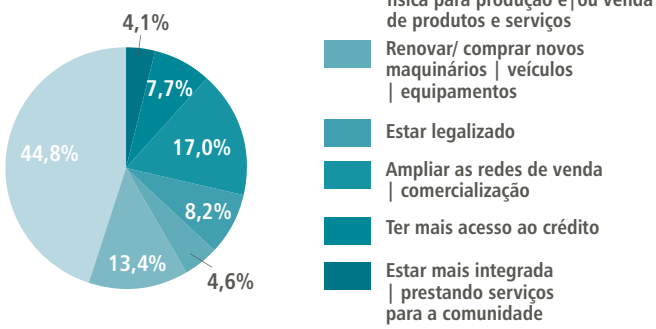


Tipo de apoio técnico que o negócio/empreendimento necessita | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

24 Dentre as demais dificuldades citadas, somando 22,7% do total de respostas, as principais foram, em números absolutos: Informalidade (9); localização do negócio/empreendimento (6); Falta de pessoal qualificado na comunidade (5); Inadimplência (4); Falta de infraestrutura na própria comunidade (4); Falta de pessoal qualificado em geral (4); Falta de qualificação/formação pessoal para gerir o negócio/empreendimento (2).
25 Percentual calculado com base no número de respostas positivas para o meio de divulgação citado.

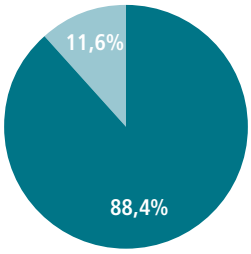
Entre as principais mudanças que os empreendedores desejam ter em seus empreendimentos nos próximos três anos estão: ampliar seu espaço de produção (44,8%); ampliar as redes de venda e comercialização (17%); e adquirir um espaço ou estrutura física para produção (13,4%)[26].

Principal mudança que deseja no empreendimento | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

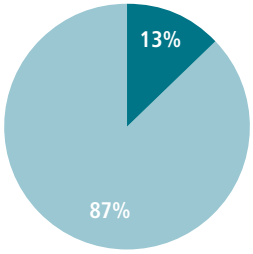


RELAÇÃO DO EMPREENDIMENTO COM O TERRITÓRIO

Sob essa perspectiva, vale observar que em Cidade de Deus 11,6% dos empreendimentos entrevistados fazem parte de fóruns ou redes de articulações. Nestes fóruns eles são representados, no geral, pelo dono ou por um sócio.



Participação em redes ou fóruns de articulação | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



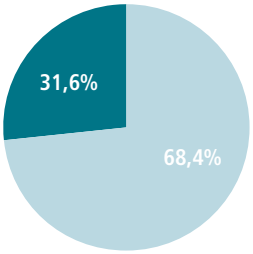
Representante do negócio/empreendimento em redes ou fóruns de articulação | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Fóruns de economia solidária foram o tipo de rede mais citado pelos entrevistados, seguido por ONGs e redes de produção e comercialização.

TIPO DE REDE OU FÓRUM DE ARTICULAÇÃO DE QUE O EMPREENDIMENTO PARTICIPA	No.
Redes de produção/comercialização	8
Fórum ou rede de economia solidária	21
Centrais de comercialização	2
Movimento social/popular/sindical	4
Conselhos de gestão e fóruns de participação em políticas	4
ONGs, Igrejas, Pastorais, Fundações , CRAS, OSCIP etc...	11
Associação de moradores	1

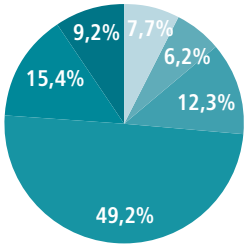
Participação em fóruns de articulação, por tipo. Fonte: Pesquisa direta - Soltec/UFRJ, 2011.

Quase 32% dos entrevistados afirmaram que seus empreendimentos colaboram para o desenvolvimento da comunidade.



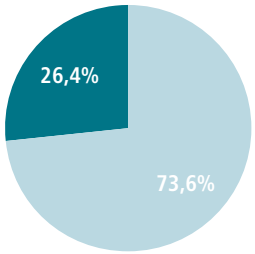
O negócio/empreendimento apóia, participa ou desenvolve alguma atividade que contribua para o desenvolvimento da comunidade. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Entre as atividades e ações apoiadas pelos empreendimentos, as ações comunitárias representam 49,2%, as ações educacionais, 15,4%, e as ações desportivas e culturais 12,3%.



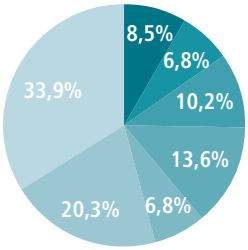
Atividades/ações que o negócio/empreendimento apóia, participa ou desenvolve que contribuem para o desenvolvimento da comunidade. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Cerca de 26% dos entrevistado disseram que colaboram individualmente com atividades que contribuem para o desenvolvimento da comunidade.



Participação em atividade que contribua para o desenvolvimento da comunidade | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

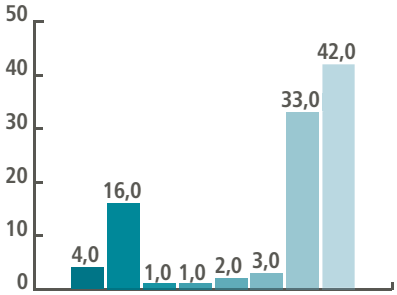
Dentre os que disseram colaborar individualmente com atividades voltadas para o desenvolvimento da comunidade, a maior parte afirmou que contribui com ações religiosas (37,8%), seguida pelo apoio às ações comunitárias (31,1%).[27]



Forma como poderia colaborar com a comunidade | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Ensinando o que sabe| oferecendo capacitação profissional
- Em ações para melhoria da comunidade (ações da associação, etc)
- Promovendo eventos culturais | esportivos
- Participando de projetos educativos
- Promovendo comércio local |gerando trabalho e renda
- Realizando doações para pessoas mais necessitadas
- Cuidando de crianças | idosos

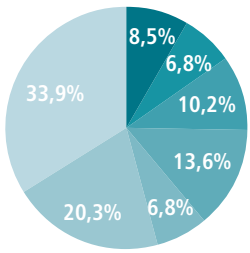
Em relação ao possível envolvimento daqueles que hoje não participam de ações voltadas para o desenvolvimento da comunidade, é grande o potencial, na medida em que mais de 60% afirmaram que gostariam de colaborar de alguma forma.



Forma como as pessoas colaboram umas com as outras | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Não identificadas
- Como forma de receber algo em troca
- Socorrendo em caso de doença | ajudando em sepultamentos
- Realizando doações | prestando serviços para quem precisa
- Participando de projetos educativos
- Promovendo eventos culturais | esportivos
- Em ações para a melhoria da comunidade (coleta de lixo, ações de associação, etc)
- Cooperando sem situações de calamidade (enchentes, incêdio, etc)

Entre os que manifestaram interesse em participar de atividades comunitárias, cerca de 34% afirmou que poderia ensinar ou oferecer capacitação profissional e 20,3% que poderia desenvolver ações de melhoria na comunidade.[28]



Forma como poderia colaborar com a comunidade | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Ensinando o que sabe| oferecendo capacitação profissional
- Em ações para melhoria da comunidade (ações da associação, etc)
- Promovendo eventos culturais | esportivos
- Participando de projetos educativos
- Promovendo comércio local |gerando trabalho e renda
- Realizando doações para pessoas mais necessitadas
- Cuidando de crianças | idosos

26 As outras opções equivalem a 3,5% das respostas (6 diferentes opções)
27 Dez diferentes respostas foram dadas e classificadas como outras, equivalendo a cerca de 18% do total de respostas.
28 Dezoito entrevistados deram diferentes respostas para esta questão, o que equivale a 23,4% do total de respostas dadas.

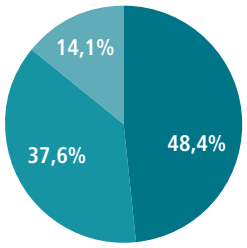
A falta de tempo foi a principal razão apontada para a ausência de desejo de participar de atividades comunitárias; seguida por problemas de relacionamento com outros membros da comunidade.

OS MOTIVOS DO PORQUÊ NÃO GOSTARIA DE COLABORAR	No.	%
Falta de tempo	21	77,80
Problemas de relacionamento com/ entre as pessoas da comunidade	2	7,4
Outro	4	14,8
Total	27	100,0

Motivos para não colaborar com a comunidade. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011

DIMENSÃO SOCIOCOLABORATIVA DA COMUNIDADE

Na opinião de quase 62% dos entrevistados, as pessoas em Cidade de Deus são colaborativas entre si, com 29,4% assinalando que as pessoas colaboram entre si motivadas por objetivos comuns. Já 32,4% acreditam que as pessoas colaboram pensando em seus próprios interesses. E para cerca de 38% dos entrevistados as pessoas não são colaborativas.

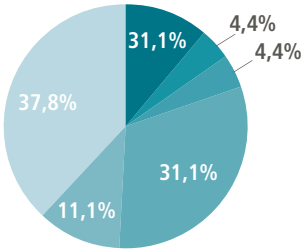


Interesse em participar de iniciativas de economia solidária | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Nenhum interesse
- Algum interesse
- Muito interesse

Um percentual grande de entrevistados não soube precisar com clareza de que forma as pessoas em Cidade de Deus colaboram umas com as outras; a mais citada nas entrevistas foi que as pessoas colaboram "como forma de receber algo e troca" (33%). Em seguida foi a opção "em ações para melhoria da comunidade" (16%).[29]

Forma como poderia colaborar com a comunidade | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

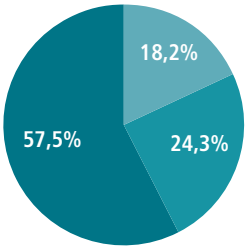


- Apoio a ações religiosas
- Apoio a ações educativas
- Apoio a ações comunitárias (ações da associação, calorização do comércio local, etc)
- Apoio a ações desportivas e culturais
- Apoio a ações ambientais (coleta de lixo, etc)
- Apoio a ações de formação | qualificação profissional

INTERESSE EM ECONOMIA SOLIDÁRIA

A maioria dos empreendedores entrevistados não sabia o que era economia solidária (57,5%). Entre os que já sabiam 18,2% disse conhecer e praticar seus princípios; e 24,3% disseram que conhecia, mas não praticava a economia solidária em seus estabelecimentos.

Conhecimento sobre o que é economia solidária | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



- Não tenho conhecimento
- Sei, mas não pratico
- Sei e já pratico

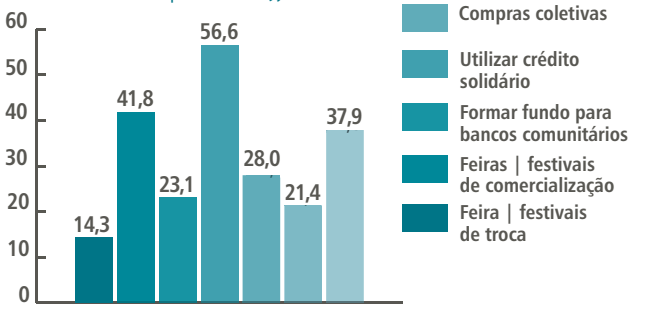
Tendo sido feita sempre pelos agentes uma breve explicação para os entrevistados que não conheciam os princípios de economia solidária, bem como entregues alguns materiais voltados a auxiliar na compreensão sobre o tema e suas práticas, inclusive para que as demais perguntas do questionário pudessem ser feitas, entre os entrevistados houve um grande interesse em participar de atividades e ações que envolvessem a economia solidária. Cerca de 48,4% dos entrevistados revelaram ter muito interesse; enquanto 37,6% revelaram tem algum interesse. Outros 14,1% disseram não ter interesse algum.

PRINCIPAL RAZÃO PELA QUAL NÃO GOSTARIA DE PARTICIPAR DE UMA INICIATIVA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA	No.	%
Acha que não traria vantagens para o negócio/empreendimento	4	21,1
Poderia perder clientes	1	5,3
Não vê como o seu neócio/empreeendimento se adaptaria a esta	7	36,8
Não tem informação sobre o assunto	5	26,3
Outra	2	10,5
Total	19	100,0

Fonte: Pesquisa direta - Soltec/UFRJ, 2011.

A maioria dos entrevistados (56,6%) gostaria de poder utilizar o crédito solidário[30]; em seguida (41,8%) aparecem aqueles que acham interessante participar de feiras e festivais de comercialização; e em terceiro a utilização de moeda social, com praticamente 38%.

Forma que gostaria de participar/participa de iniciativas de economia solidária | Cidade de Deus. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



A maior parte dos entrevistados que não gostariam de participar de uma iniciativa de economia solidária diz que não vê como seu empreendimento se adaptaria a este tipo de iniciativa, em quase 37% das respostas; seguido por aqueles que disseram não ter informações sobre o assunto, com pouco mais de 26%.

29 As respostas que têm 3,4% representam um entrevistado em cada item. O percentual foi calculado com base nas reposta positiva para cada item citado.

30 O crédito solidário surgiu para suprir as deficiências do mercado de crédito, especialmente em economias subdesenvolvidas, que não atendem aos empreendedores de baixa renda. O aval solidário é uma opção para o atendimento da clientela materialmente destituída, pois nesse caso um mesmo grupo tem papel de devedor e avalista. Consiste na reunião de um grupo, em média entre três e cinco pessoas, que se responsabilizam mutuamente pelo crédito de cada um. Com o objetivo de diminuir os riscos através de uma menor inadimplência, usa-se o processo auto-seletivo para a formação do grupo, pois assim, cada interessado buscará "bons pagadores" para integrar seu grupo.

Pesquisa qualitativa

O mês de agosto foi o mês de realização das entrevistas qualitativas. A definição da amostra da entrevista qualitativa teve como base as respostas às perguntas do questionário quantitativo pelos empreendimentos, em especial aquelas perguntas que buscavam identificar os princípios da economia solidária e o grau de cooperatividade.

Pelo grau de participação com a questão da economia solidária no território e pela predisposição bastante favorável às ações de cooperação, foram selecionados seis empreendimentos que responderam de maneira mais abrangente as perguntas que buscavam identificar a cooperatividade e os princípios da economia solidária. Sendo três destes empreendedores envolvidos também no projeto Rio Economia Solidária através das oficinas de economia solidária, comercialização e das feiras promovidas pelo Cedac.

Através das entrevistas que aconteceram em grande parte no local de trabalho dos entrevistados, conseguimos vislumbrar o quanto foi importante essa atividade de contato direto com os empreendedores para responder a pergunta da pesquisa. Por se tratar de uma entrevista aberta e qualitativa, os elementos enriquecedores dessa atividade foram extraídos da relação entrevistador-entrevistado, o que foi bem diferente da entrevista quantitativa, onde um questionário norteava a atividade do pesquisador.

Diante das entrevistas, observamos que alguns empreendedores trabalham com a economia solidária por opção de vida, não por opção de trabalho, uma vez que já praticavam a economia solidária com atividades artesanais em grande parte da sua vida.

Além disso, muitas pessoas que já trabalhavam com outras atividades, mas sempre tiveram vontade de participar mais ativamente dos debates e discussões na comunidade, foram inseridas nesse universo através da economia solidária.

Vimos também que a questão da economia solidária vai além do empreendimento em si. Por exemplo, uma entrevistada relatou que passava por um estágio de dependência química e que a sua atividade ia além de uma proposta de trabalho e renda. Tinha como função também ser uma terapia contra os malefícios das substâncias que a mesma fazia uso.

Com as entrevistas, percebemos que a opção pela economia solidária pode ser emancipatória ou participativa. O empoderamento dos funcionários dos empreendimentos é oriundo das atividades realizadas, pois antes os mesmos não participavam ativamente das questões da sua comunidade, e agora começavam a olhar e a questionar os seus papéis através do seu trabalho. Nos chamou grande atenção também o prazer de um entrevistado de seu empreendimento de artesanato formado há mais de vinte anos no território ter conseguido se manter vivo, independente das questões financeiras, políticas pelo uso do espaço que estão sediado, e de projetos de política pública que surgiram e não tiveram continuidade na comunidade.

As bases da economia solidária na Cidade de Deus, foram construiídas pela igreja católica que lá fortaleceram os laços de cooperatividade. Posteriormente, o ativo movimento social do território fomentou empreendimentos e a economia solidária ganhou espaço no local. Porém, a lógica do grande capital é forte na comunidade e grande parte do consumo dos seus moradores ainda são realizados em outras partes bairros cidade.

Com o Projeto Rio Economia Solidária, a comunidade poderá ser reconhecida por essa alternativa a economia vigente, seja pela formação em economia solidária para alguns empreeendedores, seja pela pesquisa dos empreeendimentos que possuem uma linha de cooperativdade e de solidariedade e pelo banco comunitário. Essse útlimo merece destaque por se tratar do primeiro banco comunitário da cidade do Rio de Janeiro, o que poderá fomentar a economia local, pela lógica do fluxo circular da renda no território. Assim, a população poderá consumir na comunidade, e essa renda que era extraída do território via consumo de bens e serviços, poderá ficar na Cidade de Deus e gerar mais oportunidades.

Análise dos resultados em devolutiva

A primeira reunião de devolução dos dados da pesquisa foi realizada em conjunto com o Cedac, nos dias 01 e 02/10, no Centro de Tecnologia da UFRJ. Foi bastante importante, no sentido de uma aproximação inicial das pessoas dos territórios com o plano de ação a ser construído, enquanto etapa metodologicamente prevista na concepção do projeto.

Em Cidade de Deus, a Devolutiva da pesquisa aconteceu no dia 10 de outubro de 2011, no Ponto Solidário, em uma série de três sessões, realizadas às 10h, 14h e às 18h. Apesar de boa parte dos empreendimentos entrevistados terem sido convidados e a Devolutiva bem divulgada, inclusive por meio do Portal da Cidade de Deus[31], contamos com um público médio de 10 participantes por sessão. O fato do público não ter sido maior contava bem menos do que sua participação proativa, de acordo com os princípios da metodologia da pesquisa-ação.

Nesse quesito de participação proativa, a Cidade de Deus, pode-se dizer, tem experiência acumulada, até por sua própria origem, de recepção para uma política de remoção de moradias de favelas localizadas na zona elitizada da cidade.

De acordo com os pressupostos da pesquisa-ação a etapa de Devolutiva dos resultados e análise conjunta, reunindo autores e atores no processo, é o momento em que se reflete e são propostos novos passos no sentido de resolver os problemas identificados.

Assim, na pesquisa realizada pelo Soltec/UFRJ, diante do desafio de investigar como é a economia solidária e a cooperatividade nestes territórios, em direção a perceber quais os passos possíveis para o fortalecimento da economia, verifica-se que, entre os ramos de atividade mais encontrados, estão alimentação, bebidas, vestuário e estética - fato que não traz grandes novidades em termos de composição do tecido produtivo da tradicional economia popular e urbana.

Nesse tecido, em Cidade de Deus vemos não tão ostensiva a presença de empreendimentos individuais como em outros territórios, embora esta seja a forma como se organizam quase 35% das unidades entrevistadas. Isso talvez se deva ao histórico de lutas e organização comunitária ali vivenciadas, propiciando que hoje existam formas variadas de articulação nas quais os empreendedores acabam se envolvendo e estabelecendo relações associativas.

A larga distância que ainda separa os empregados formais (12%) daqueles que são informais (37%), sem qualquer juízo de valor sobre as vantagens ou não da formalização, permite perceber como isso referendou a percepção crítica dos participantes do Comitê Local de Pesquisa para o pseudo "surto positivo" de empregos de carteira assinada na região, e na Cidade de Deus em particular, alardeada inclusive pelos veículos de mídia.

Tendo se praticamente dividido de forma aleatória, com pouco mais da metade (58%) dos empreendimentos pesquisados possuidores de CNPJ e outra metade (42%) não, aproximadamente 72% destes dizem querer se legalizar, seguindo uma tendência em curso. Em especial, nos bairros que recebem uma UPP, como Cidade de Deus, e a formalização de um empreendimento passa, às vezes, de forma confusa e não benéfica, a equivaler a "estar dentro da lei" em seu sentido mais criminal.

Talvez se contrapondo a este olhar, o sentimento que predomina naquela comunidade seja o de permanente luta pela liberdade. Pelos dados da

31 www.cidadededeus.org.br

pesquisa, a motivação principal dos empreendedores para abrirem e tocarem seus negócios foi o desejo de trabalhar por conta própria para quase 60% dos entrevistados. E nas reuniões do Comitê Local de Pesquisa o olhar crítico sempre se fez presente, com as pessoas se sentindo sujeitos (que são, de fato) da história do lugar em que nasceram, moram, vivem, trabalham; sendo esta uma condição fundamental para o fortalecimento da economia solidária, seja sob os diferentes matizes que essa pode assumir, de acordo com contextos e condições múltiplas.

O bloco de questões mais diretamente relacionadas às perspectivas da economia solidária e cooperatividade mostra que pouco mais de 10% dos empreendedores entrevistados está participando de alguma rede ou fórum local (11,6%), embora estes participem expressivamente (quase 32%) de alguma ação voltada ao desenvolvimento da comunidade. Interessante, mas não necessariamente positivo, é que as pessoas participam menos (pouco mais de 26%) para tal finalidade do que os empreendimentos.

O potencial colaborativo é interessante, neste caso no sentido mais positivo, na medida em que mais de 60% das pessoas que hoje não participam gostariam de fazê-lo quanto ás ações que contribuam para o desenvolvimento da Cidade de Deus. E com relação ao potencial colaborativo comunitário, cabe sublinhar que na opinião de quase 62% dos entrevistados, as pessoas em Cidade de Deus são colaborativas entre si.Por fim, a economia solidária ainda é muito pouco conhecida (quase 60% desconhecem), mas a predisposição em participar das iniciativas de economia solidária parece promissora, abrangendo a cerca de 86% dos entrevistados.

Apresentados então estes resultados em uma Devolutiva ampliada e em várias sessões Devolutivas no território, era discutido em seguida com os participantes no sentido de tecer sugestões sobre como fomentar o desenvolvimento do território baseado na economia solidária, a partir do conhecimento que tinham da localidade, e dos dados que foram apresentados. Foi apresentada uma tabela contendo duas colunas: Ação e Resultados esperados. As respostas e debates gerados por este exercício foram sintetizados no plano de ação que está a seguir.

AÇÕES	RESULTADOS ESPERADOS
Centro de referência em economia solidária	Orientar o desenvolvimento da Economia Solidária em Cidade de Deus e ampliar a sua rede de empreendedores. Utilizar a casa que foi o Centro de Convivência dos Idosos
Praça da Economia Solidária	Comercialização (ponto fixo de feira). A prefeitura tem o projeto
União na Economia Solidária	Fortalecimento da Economia Solidária e da Cooperatividade em Cidade de Deus
Expansão da Economia Solidária	Comercialização e divulgação da Cidade de Deus
Conselho Gestorda Economia Solidária	Legislação de Economia Solidária
Transporte público para as feiras de Economia Solidária	Fortalecimento das feiras
Modelo legal de empreendimento de Economia Solidária	Segurança do empreendimento
Fortalecimento da Economia Solidária a partir de 2011	Expansão da Economia Solidária
Associação Comercial dos Empreendedores da Economia Solidária da CDD	Negociar com governo e com instituições espaços para feiras e eventos. Pois para a realização das feiras a instituição deve ser legalizada

O plano de ação elaborado em Cidade de Deus coloca como responsáveis pelas ações todo o grupo que participa da iniciativa de Economia Solidária no local. Convida ainda os outros territórios da pesquisa para as atividades de criação de um "modelo legal de empreendimento de economia solidária" e para o fortalecimento da economia solidária de um modo geral.

COMPLEXO DO ALEMÃO

CAPÍTULO 3

Complexo do Alemão | Fonte: http://portalgeo.rio.rj.gov.br/ipp_viewer

Localização e informações gerais

SEGUNDO MAIOR COMPLEXO DE FAVELAS DO RIO

O Complexo do Alemão, localizado na Serra da Misericórdia, é considerado o segundo maior complexo de favelas da cidade do Rio de Janeiro e abrange a área dos bairros da Penha, Olaria, Bonsucesso, Ramos e Inhaúma. Na década de 1920, logo depois da Primeira Guerra Mundial, o polonês Leonard Kaczmarkiewicz deixou a Polônia e adquiriu lotes na Serra da Misericórdia, uma região rural da Zona da Leopoldina. O local ficou conhecido como Morro do Alemão, em alusão às características físicas do proprietário.[32] Este nome, Alemão, também é atribuído ao maior morro/ comunidade do Complexo.

Apesar de não haver informações precisas sobre o início da ocupação do local, supõe-se que começou na década de 50, quando o polonês Leonard dividiu todo o terreno para vendê-lo em lotes. Até os anos 80, a ocupação se deu através da venda de terrenos para famílias de baixa renda, principalmente de origem nordestina. Após este período, ocorreu uma grande explosão demográfica com uma ocupação desordenada, resultado das influências políticas que "permitiam" as ocupações dos morros e encostas. A ocupação também acompanhou o crescimento da principal via de acesso ao Rio de Janeiro, a Avenida Brasil.

Administrativamente, o Complexo do Alemão está situado na XXIX Região Administrativa, pertencendo à Área de Planejamento-AP 3 e, embora haja divergência sobre quantas e quais são as comunidades que o compõem, para efeito desta pesquisa será seguida a listagem do Portal Geo/SABREN (do Instituto Pereira Passos), que lista as seguintes comunidades componentes do Complexo: Itararé, Estrada do Itararé, Morro do Adeus, Morro do Alemão, Morro da Esperança, Nova Brasília, Morro dos Mineiros, Reservatório de Ramos, Casinhas, Palmeiras, Mourão Filho, Piancó, Joaquim de Queiroz / Grota, Morro da Baiana e Rua 1 pela Ademas.

Diante da grande dimensão territorial do Complexo do Alemão e as dificuldades encontradas nos primeiros momentos da pesquisa (com destaque para a presença de narcotraficantes em praticamente todas as comunidades do Complexo), foi necessário eleger um território específico que ao mesmo tempo tivesse intensa atividade comercial, e também vantagens logísticas, estando mais próximo de grandes vias públicas de acesso, facilitando a entrada e saída dos profissionais da equipe de pesquisa. Além desses fatores, a delimitação do território está relacionada às contingências de tempo e recursos humanos desta pesquisa, o que inviabilizaria abranger todo o Complexo do Alemão. Assim, iremos nos deter mais sobre as comunidades de Nova Brasília e Alvorada, já que esses foram os territórios da pesquisa em questão (recorte selecionado na pesquisa). A seguir, apresentaremos alguns dados que delineiam um pouco do perfil populacional dessa região, o que permitirá ao leitor compreender um pouco melhor as condições de vida das pessoas que ali habitam.

32 Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Complexo_do_Alem%C3%A3o

Dados secundários

O levantamento de dados secundários buscou uma primeira aproximação com as comunidades trabalhadas a partir da pesquisa e organização de informações já coletadas por pesquisas anteriores. No caso do Complexo do Alemão, assim como no de Manguinhos, houve dois censos realizados no âmbito do PAC-Plano de Aceleração de Crescimento: Censo Domiciliar e Censo Empresarial, que são os dados mais recentes que obtivemos.

PERFIL POPULACIONAL

Segundo o Censo realizado pelo Trabalho Social do PAC em 2010, o Complexo do Alemão conta com 69.586 habitantes, o que o coloca com o porte de uma cidade média. Se fosse um município, o Complexo do Alemão seria o 15º maior município da Região Metropolitana em termos populacionais.

A idade média dos moradores do Complexo é de 30,2 anos de idade, havendo uma leve predominância de mulheres em relação a homens, já que 52,1% dos habitantes são do sexo feminino e 47,9 são do sexo masculino. Em termos de escolaridade, 47,4 % de sua população estão abaixo do ensino médio, tendo em média 8,8 anos de estudo, mantendo aproximadamente uma renda de R$ 758,38 por domicílio, havendo, todavia uma larga distância entre a renda média de homens e mulheres, com vantagem para o primeiro grupo com R$ 465,44 para homens e R$ 289,73 (duzentos e oitenta e nove reais e setenta e três centavos) para as mulheres.

O IDS (Índice de Desenvolvimento Social) do Complexo do Alemão, em 2000, ficou em 0,474, em uma escala de 0 a 1, situando-se na posição 149 dentre os bairros cariocas, uma das últimas (o ranking vai

até a posição 158). Vale ressaltar que a esperança de vida no Complexo do Alemão é de 65 anos, enquanto no município do Rio de Janeiro é de 72 anos.

PERFIL HABITACIONAL

Há no Complexo, segundo o censo/PAC 2010, aproximadamente 22.605 residências. Desse total 62,5% estão conectados à rede oficial, enquanto 32,7% às redes compartilhadas de energia elétrica. 89,1 % dos domicílios têm iluminação próxima ou em frente, sendo que 66,8% têm iluminação pública. O acesso a esses domicílios é feito principalmente através de ruas onde passam carros, ruas de pedestres, escadarias, ou becos, sendo que 39,4% dos domicílios estão na primeira categoria, ruas de pedestres ficam com 26,7%, enquanto em 15,5% dos casos o acesso é feito por escadaria, e em 14,2% se dá através de becos. Em relação ao abastecimento de água, ainda segundo o Censo/PAC 2010, 96,1 % dos domicílios entrevistados estão conectados à rede de abastecimento, mesmo que a distribuição não seja regular e contínua em todos os casos.

NOVA BRASÍLIA

A comunidade Nova Brasília teve sua ocupação iniciada no ano de 1942, sendo essa área, até então, apenas uma encosta desabitada. Em seu início, algumas famílias instalaram-se no local, construindo casas esparsas na "parte baixa" da favela e durante os primeiros 15 anos, o crescimento foi lento. Segundo informações, havia aproximadamente 200 casas no local em 1957.

A partir de 1958 foi que passou a ser chamada por Nova Brasília e já possuía então 8.899 habitantes. A ocupação da chamada "parte alta" cresceu a partir de 1966. Sendo hoje uma das maiores comunidades do Complexo, seu crescimento ainda se faz presente, porém de forma reduzida, com a chegada de novos moradores procedentes do Nordeste, Espírito Santo, Minas Gerais e Norte Fluminense.

Possui uma Associação de Moradores denominada, Associação de Moradores do Bairro Nova Brasília, localizada à Av. Itaoca, 1862. Atualmente, sua população é de aproximadamente 15.428 habitantes e 4.290 domicílios (dados do IBGE/2000).

Devolução dos dados secundários

As informações apresentadas foram levantadas na etapa de pesquisa dos dados secundários do território, etapa essa que previa um momento inicial de busca e organização das informações, para que em seguida esse conjunto de dados pudesse ser apresentado e discutido com os participantes do Comitê Local de Pesquisa (CLP).

Como o Trabalho Social do PAC no Complexo do Alemão fez uma extensa pesquisa censitária, chegando a aplicar um questionário específico para os domicílios e outro para os empreendimentos desse território, era natural que esse trabalho viesse a se constituir como uma das principais fontes de informações na etapa de levantamento dos dados secundários, embora não tenha sido a única, já que outras informações obtidas por fontes oficiais e/ou trabalhos acadêmicos foram também exploradas nessa etapa.

Assim, o relatório de dados secundários contemplou temas como a história da comunidade, perfil socioeconômico de sua população, além de dados sobre as atividades econômicas ali presentes, equipamentos públicos de saúde e educação, questões ambientais, dentre outros pontos. Com o final desse levantamento, optou-se por fazer em primeiro lugar a discussão do relatório com os participantes da equipe local, e posteriormente sua apresentação ao Comitê Local de Pesquisa. Naquele espaço, então o objetivo principal consistiu em qualificar o levantamento, por meio de uma discussão sobre os resultados, contando com a contribuição de atores sociais locais, convidados e pessoas da comunidade em geral.

No debate com a equipe local de pesquisa o ponto que mais chamou atenção dos participantes foi o número de moradores apontado no censo domiciliar, apresentando 69.586 como o total de habitantes do Complexo do Alemão. Todos os presentes rebateram esse número, alegando ser muito maior o número de moradores, embora não tenham chegado a um consenso sobre qual seria a verdadeira população do Complexo, sendo apontado um total que vai desde 200.000 até 400.000 moradores. Ainda em relação a esse dado, os membros da equipe local apontaram que a falta de clareza nessa informação acaba por impactar negativamente a instalação de equipamentos públicos de saúde e educação, já que esses são disponibilizados em proporção ao total de habitantes do território, e diante da defasagem desse número, estaria havendo prejuízo no acesso a tais serviços públicos.

Já a apresentação para o CLP foi realizada na instituição Oca dos Curumins, buscando com isso compor com uma reunião do Comitê de Desenvolvimento Local da Serra da Misericórdia (CDLSM), já agendada para aquela data e horário. Essa apresentação, foi mais sintética, tendo sido priorizadas as informações mais atinentes ao tema da pesquisa, sob responsabilidade Soltec/UFRJ, e também aquelas voltadas a revelar o perfil econômico da região. Dentre estas últimas, cabe destacar, o já citado Censo Empresarial como fonte primordial.

Ao todo, foram discutidos dados como faixa etária dos empreendedores, escolaridade, motivo de inicio do trabalho, ocupação antes do empreendimento, números de negócios que possui, local onde funciona o empreendimento, tempo de funcionamento, número de sócios, dentre outros. Todas as informações apresentadas foram recebidas com surpresa pelos presentes, que alegaram desconhecê-las, embora reconhecessem sua importância estratégica para a formulação de novas ações com foco nos empreendedores do Complexo. Não houve objeção e/ou questionamento a nenhum dos dados

apresentados, exceto aquele relativo à população do Complexo do Alemão.

Como síntese do que foi apresentado ao CLP, os empreendimentos do Complexo do Alemão caracterizaram-se por serem geridos apenas pelo seu responsável, constituindo-se assim em empreendimentos individuais. Sobre seus proprietários revelou-se que possuem baixa escolaridade, com aproximadamente 64% deles tendo até o primeiro grau completo, e proporção semelhante com faixa etária entre 30 e 54 anos. Para 83% dos entrevistados os empreendimentos constituem o único negócio que possuem; e para cada 100 empreendimentos entrevistados, 93 atuam na informalidade.

Grande parte dos empreendedores do Complexo do Alemão deu início aos negócios seja a partir da necessidade de se obter uma fonte de renda complementar, seja como meio de garantir algo diante da situação de desemprego em que se encontravam. O capital inicial necessário para a abertura de seu empreendimento veio na maior parte das vezes do próprio empreendedor que, em função da informalidade, não conseguiu acessar linhas de financiamentos do sistema financeiro.

Embora já tenha sido salientado, é necessário reforçar que os dados acima refletem a situação do Complexo do Alemão como um todo, uma vez que o Censo PAC/ 2010 foi o grande provedor de informações neste contexto, não tendo sido nele possível especificar quais os dados relativos à Nova Brasília e à parte da Alvorada, que viriam a constituir o território da pesquisa-ação, do projeto Rio Economia Solidária.

Território de pesquisa

Embora em um segundo momento a pesquisa tenha avançado também para parte da Alvorada, comunidade vizinha, inicialmente definiu-se como território da pesquisa apenas a comunidade Nova Brasília, por ser uma área de forte comércio além de ter acesso bastante facilitado pela Avenida Itaóca.

Como a Nova Brasília faz divisas com outras comunidades do Complexo, como a Alvorada, Fazendinha, e Reservatório, e muitas vezes os limites entre essas comunidades são de difícil definição - há becos, travessas e ruelas que são reivindicadas por duas ou mais dessas áreas. Foi preciso, antes de tudo, definir entre a equipe de pesquisa quais seriam os limites da Nova Brasília. Para tanto foram feitas duas visitas exploratórias que permitiram o reconhecimento mais claro do território da pesquisa e das áreas limítrofes com as comunidades vizinhas, embora muitas vezes essas áreas sejam de difícil mapeamento, diante do emaranhado de becos e ruelas que nascem e terminam sem qualquer ordem. Ao longo da pesquisa a área de levantamento foi expandida, englobando parte da Alvorada que fazia divisa com a Nova Brasília.

Mobilização comunitária

A MOBILIZAÇÃO

Como já destacamos, o papel associado ao Comitê Local de Pesquisa (CLP) cumpre uma função determinante ao longo de uma pesquisa, sendo nesse processo um dos principais espaços organizados especificamente para possibilitar a participação do público alvo (pequenos empreendedores), de outros atores envolvidos na ação, e outros atores da comunidade, em todas as etapas da pesquisa.

Na pesquisa desenvolvida em Nova Brasília e Alvorada, para a construção do Comitê Local de Pesquisa, buscou-se identificar os atores com atuação na luta pela melhoria do território, e que tenham participação em espaços de discussão e articulação comunitária.

Como a equipe de pesquisa era formada integralmente por pessoas que moravam e/ou conheciam bastante o Complexo do Alemão, esse breve mapeamento teve como ponto de partida as indicações dos membros da própria equipe, embora tenham sido também muito importantes as contribuições de parceiros como o Cedac.

Antes de formar o CLP foi feito um trabalho de apresentação do projeto a esses atores locais – através de reuniões ou abordagens individuais - oportunidade em que foram esclarecidos os objetivos do projeto e o papel de cada uma das organizações nele envolvidas (Soltec/UFRJ, Cedac, Dialog). Ao longo desses encontros a importância do CLP foi sempre reforçada, bem como a necessidade de envolvimento dos atores sociais nesse espaço para o acompanhamento das informações levantadas e o apoio no direcionamento da pesquisa que então se iniciava.

O COMITÊ

Passada a etapa de sensibilização, deu-se início aos encontros do CLP, ora realizados no Ponto Solidário, ora em coletivos já organizados localmente (como o Comitê de Desenvolvimento Local da Serra da Misericórdia). Nestes encontros se buscou sempre alcançar uma maior diversidade de atores, sendo esse um dos pontos merecedores de destaque. Assim, ao invés de optar pela conformação de um conjunto único e imutável de participantes, o formato final do CLP privilegiou a ampliação crescente do público participante, já que isso permitiria o alcance a um número maior de potenciais elos com a comunidade, além de atender a uma característica, em particular, desse momento no Complexo do Alemão.

Por estar sendo palco de um grande numero de atividades promovidas tanto pelo poder público como por organizações privadas, o Complexo do Alemão acaba por ter seus principais atores sociais já envolvidos em uma intensa agenda de reuniões e encontros, dificultando sua participação em todos os eventos.

Ao todo foram realizados 5 encontros do CLP (além da Devolutiva do resultado final, para a qual todos os membros do CLP foram convidados, mesmo não sendo um encontro específico desse grupo). Ao longo de suas reuniões, temas ricos à pesquisa foram debatidos com os participantes. Contando com as reuniões feitas no Ponto Solidário, bem como os encontros realizados em parceria com outras iniciativas, ao longo de seu funcionamento participaram do CLP mais de 50 pessoas em seus diferentes encontros.

Mapeamento dos atores sociais

PROCESSO DE MAPEAMENTO

A metodologia adotada para esse levantamento contemplou tanto o aproveitamento de pesquisas já realizadas com esse público, como também a aplicação direta de questionário junto a alguns desses atores sociais.

Uma etapa, porém, anterior à pesquisa de campo e que demandou muita reflexão foi a definição do que viria a ser um ator social para efeito dessa pesquisa. Em um primeiro momento, os debates tenderam à compreensão dos atores sociais como organizações da sociedade civil atuantes no Complexo do Alemão, independente de seu campo de atuação ou sua formalização (possuir ou não CNPJ). Com o tempo, essa perspectiva foi perdendo força à medida que se percebeu a importância de abranger também indivíduos que não estivessem obrigatoriamente articulados a alguma organização.

Pelo grande envolvimento de todas as pessoas presentes na equipe local de pesquisa com o Complexo do Alemão, mesmo antes do início em si do levantamento dos atores sociais já se sabia da atuação de inúmeros homens e mulheres no apoio aos demais moradores, com iniciativas de toda ordem, indo desde o auxílio às pessoas que não tem com quem deixar seus filhos para irem trabalhar, até a mobilização de jovens para eventos esportivos e culturais. Com isso, foi necessário que passássemos a incorporar no universo a ser pesquisado essas lideranças individuais além das organizações da sociedade civil.

Assim, o mapeamento de atores sociais focou no levantamento de suas informações, sendo entendido como ator social o indivíduo ou organização com atuação no Complexo do Alemão, voltado para a prestação de serviços em benefício coletivo. Também se identificou que a importância desses atores para o território passa pelo seu valor como elo na comunicação junto a um público mais amplo da comunidade, tendo assim importância estratégica na mobilização de pessoas e divulgação de informações, ações que são essenciais aos projetos implementados não só por organizações do terceiro setor mas principalmente pelo próprio poder público. Também, como estamos falando de uma região marcada por grande heterogeneidade em seu perfil populacional, havendo muitos lugares ainda marcados pela precariedade em sua infraestrutura, esses atores muitas vezes se constituem como um dos meios de informação mais importantes no local.

Uma ressalva importante, no entanto, foi colocada em relação às igrejas evitando que houvesse um desvio do foco nesse levantamento. Embora tenha sido aberta a possibilidade de mapeamento das igrejas existentes no local, a inserção desses atores ficaria condicionada à existência de alguma ação daquela instituição na prestação de serviços sociais, culturais, ou esportivos à comunidade, além das reflexões e orientações espirituais que já caracterizam sua ação.

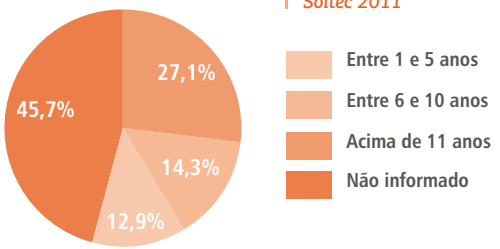
Feito o levantamento, o resultado dessa atividade foi pauta de uma das reuniões do Comitê Local de Pesquisa na qual se apresentou todo o processo, desde a construção de um conceito de ator social, até a elaboração do questionário de pesquisa, passando pela reflexão sobre a importância da construção de um banco de dados sobre esses atores, permitindo que futuras ações do poder público na região possam já contar com uma visão mais clara sobre esse público.

DADOS OBTIDOS

Ao todo foram identificados aproximadamente 70 atores sociais, embora, como salientado por participantes do CLP, esse resultado não possa ser tomado como absoluto, já que o conceito de ator social, neste caso, compreende um grupo muito heterogêneo de pessoas e organizações, tratando-se ainda de um universo muito dinâmico e com distribuição por todo o Complexo do Alemão. Portanto impossível de ser esgotado em uma só pesquisa, em um projeto com duração reduzida como a do Rio Economia Solidária, de um ano.

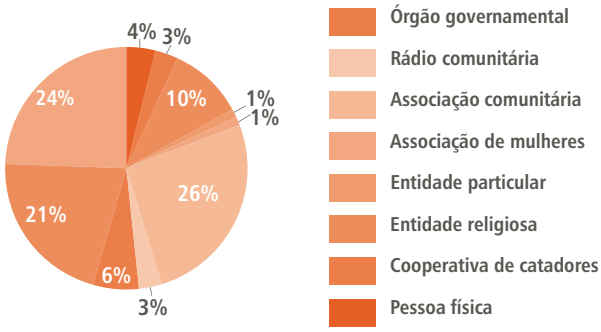
O tempo de atuação médio destes atores na localidade é de 16 anos, sendo a mais recente com um ano e meio de atuação e a mais antiga com cinquenta anos de serviços prestados. Abaixo apresentamos um gráfico com o tempo de atuação destes atores:

Tempo de atuação dos atores sociais no complexo do Alemão em anos | Fonte: Pesquisa direta Soltec 2011



Em relação ao perfil jurídico, a maior parte dos atores sãos ONGs/OSCIPs, seguido pelas associações comunitárias – a maioria são associações de moradores dos sub-bairros do Complexo do Alemão – e de entidades religiosas. Destaca-se a existência de duas rádios comunitárias e de duas associações comunitárias de catadores, que trabalham com a reciclagem de materiais.

Número de atores sociais do Complexo do Alemão por perfil jurídico e forma de atuação | Fonte: Pesquisa direta Soltec 2011



Em relação às atividades desenvolvidas, a maioria delas diz respeito à educação e reforço escolar atividades voltadas para crianças e adolescentes. Destacam-se também as atividades de arte cultura, esporte e saúde. De um modo geral, a maioria delas relatou desenvolver atividades de formação sócio-política.

Aplicação da pesquisa quantitativa

VISITA EXPLORATÓRIA E ARRUAMENTO

Antes de iniciar a aplicação dos formulários de pesquisa foram feitas duas visitas exploratórias à comunidade de Nova Brasília para verificar seus limites. A partir desse reconhecimento inicial, foi dado início à segunda atividade dessa etapa: a construção do mapa falado ou mapa de memória. Segundo essa metodologia, os participantes apontam aqueles que consideram os marcos definidores do território para, em seguida, desenhá-los em cartolina. A partir desse ponto são inseridos os demais componentes, incluídas ali, as ruas, praças, prédios, etc. A Nova Brasília, ao final foi considerada como o território entre a Av. Itaóca e a Travessa Mexicália, e por outro a Av. Aristóteles Ferreira e a Rua Sonora. Porém, essas ruas não se encontram, impedindo assim de criar um polígono exato. A comunidade da Alvorada, também foi mapeada a partir de uma visita exploratória, embora a área em si pesquisada seja apenas uma parte dessa comunidade.

Depois da visita exploratória e do mapa falado a etapa seguinte seria fazer o arruamento da comunidade, levantando os empreendimentos existentes em cada rua, beco ou travessa da comunidade, buscando assim construir alguma referência para o trabalho que estava por vir. A essa atividade deu-se o nome de Arruamento, já que sua metodologia consistia na apuração dos empreendimentos existentes em cada

Inicialmente, deve-se deixar claro que esse arruamento não teve a expectativa de esgotar o universo de empreendimentos existentes em Nova Brasília já que, pelo perfil de muitos deles, funcionando nas próprias casas e sem condições básicas, como a devida sinalização, indicando e divulgando o negócio/empreendimento, não seria possível alcançar um número que representasse o total desses negócios.

Como estratégia de ação, a equipe local de pesquisa – mais uma vez levando em conta a extensão de Nova Brasília – decidiu por se organizar em três diferentes grupos, ficando cada um deles responsável por cobrir uma determinada porção do território, ou

Mapa falado da comunidade Nova Brasília

Mapa falado da comunidade Alvorada

"lotes" como chamado a partir de então. Essa divisão foi feita a partir de mais uma visita ao campo, a partir da qual foi possível construir as divisões apontando os limites claros entre cada um desses lotes.

Assim, considerou-se Lote 1 a área conhecida como Loteamento de Nova Brasília, já o Lote 2 representava a área do entorno da rua Nova Brasília, enquanto o Lote 3 ia do entorno do Lote 2 até a Rua Aristóteles Ferreira. Cada lote ficou com, respectivamente, quatro, quatro, e três agentes de pesquisa, cabendo a cada um deles fazer o apontamento do logradouro, do nome (quando houvesse) e do ramo de atuação desses empreendimentos, e isso deveria ser feito apenas com as informações visíveis no estabelecimento, sem envolver a consulta ao empreendedor. Isso porque sendo o objetivo do arruamento apresentar uma expectativa do número de empreendimentos no território da pesquisa, não foi feito nesta etapa nenhum levantamento mais apurado sobre o empreendimento, já que isso seria necessariamente feito ao longo da aplicação do questionário.

Por fim, ao cabo desse arruamento verificou-se 464 empreendimentos em Nova Brasília, sendo 154 empreendimentos no Lote 1, 256 empreendimentos no Lote 2, e 52 empreendimentos no Lote 3. Também é importante reforçar que esse número deve ser relativizado, já que muitos estabelecimentos levantados no arruamento – dada a dinâmica intensa de criação/destruição destes negócios – podem fechar e outros tantos serem inaugurados em curto especo de tempo, gerando certamente diferenças entre o número final de empreendimentos entrevistados e o total antes levantado no arruamento.

PRÉ-TESTE

Embora a pesquisa-ação preveja uma rotina de pesquisa maior do que apenas o levantamento de informações via aplicação de questionários, é inegável a importância desse instrumento, principalmente diante da possibilidade que ele traz de organização de um grande volume de informações – principalmente quantificáveis – em um espaço de tempo relativamente curto. Neste caso foi pensada a utilização de questionários a serem aplicados junto aos empreendedores de Nova Brasília inicialmente, com possibilidade de expandir para a comunidade Alvorada, o que foi feito depois na parte que fazia fronteira com a Nova Brasília.

A estratégia de realização do Pré-teste previa inicialmente a elaboração de um modelo de questionário, sua posterior análise e validação a partir da aplicação de um pré-teste, e por fim sua aplicação disseminada, a partir da versão definitiva. O questionário deveria ser elaborado pelos pesquisadores e a equipe de coordenação, buscando também o máximo de envolvimento dos Agentes na construção desse documento. O formulário pronto então seria aplicado a uma pequena parcela do público pesquisado, para verificar a conveniência e oportunidade de algumas alterações na estratégia de ação ou mesmo no documento. Por fim, a partir das lições obtidas com o pré-teste, seria definida a versão final e aplicados todos os questionários possíveis, de acordo com o alcance máximo do raio de ação, tendo em vista o público previsto.

Assim, tomando como base o arruamento e dividindo a equipe a partir de um determinado número de ruas (chamados de lotes) deu-se início aos

preparativos ao pré-teste. A estrutura de organização de equipe por lote mostrou grande eficiência e por isso decidiu-se também testar sua validade para a etapa de aplicação dos questionários, sendo o pré-teste uma importante oportunidade para esclarecer eventuais dúvidas ainda existentes sobre seus pontos fortes e fracos, inclusive como meio de evitar duplicidade de entrevistas.

Caso pareça estranho ao leitor compreender toda essa organização para que sejam feitas apenas três entrevistas por cada agente, onde em um universo de mais de 400 empreendimentos a possibilidade de haver duplicidade na entrevista é de fato muito baixa, vale mais uma vez destacar que essa era a última oportunidade de testar as estratégias de ação antes do início da aplicação definitiva. Assim, o que estava sendo colocado em prova era a estratégia que seria utilizada ao longo da aplicação das centenas de questionários que ainda estavam por vir. Com o recebimento de seus questionários, os agentes foram a campo, tendo ao todo 5 dias úteis para a finalização dessa etapa, o que embora já soubéssemos ser tempo mais do que suficiente foi importante para dar a eles mais conforto nesse primeiro contato com a atividade de pesquisa.

Com o fim do pré-teste foi feita uma primeira reunião buscando apreender o máximo de informações possíveis sobre a aplicação dos questionários, como o tempo médio de cada entrevista, ou a reação dos entrevistados diante das questões ali colocadas, e até mesmo a percepção dos Agentes sobre seu papel na condução das entrevistas. Como resultado verificou-se que cada formulário levou em média 40 minutos para ser aplicado; poucos empreendedores abordados negaram-se a conceder entrevista – embora um grande número deles tenha manifestado inicialmente certa resistência, justificada pelo desconhecimento do projeto, e consequentemente, da pesquisa que se iniciava, bem como pela preocupação de estar relacionado com algumas ações da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro não bem vistas pela comunidade local, como o Choque de Ordem. Em relação às questões os entrevistados demonstraram maior reticência em apresentar informações relacionadas ao seu faturamento, bem como em relação à sua formalização junto ao CNPJ (preocupação também relacionada às ações do Choque de Ordem da Prefeitura).

Ainda sobre o pré-teste, buscando agregar e qualificar ao máximo possível as lições vindas dessa etapa, foi realizado um seminário de avaliação integrando todos os profissionais de pesquisa envolvidos nas quatro comunidades beneficiadas (Maguinhos, Cidade de Deus, Santa Marta, e Complexo do Alemão), permitindo assim que as impressões colhidas em cada uma dessas comunidades fosse também compartilhada com as demais equipes, o que favoreceria – e de fato favoreceu – a análise de questões comuns e adoção de soluções adequadas a todos.

Como estratégia de correção dos principais problemas identificados ficou definida a obrigação de uso por parte dos agentes do uniforme da pesquisa composto por camiseta, colete, e crachá, todos apresentando de forma bem evidente os sinais característicos do projeto Rio Economia Solidária. Outro ponto adotado como solução aos problemas encontrados no pré-teste foi a adoção de uma estratégia de abordagem composta pela apresentação pessoal do entrevistador, seguida pela prestação de informações sobre a pesquisa-ação (com ênfase no papel do Soltec/UFRJ nessa etapa), e por fim, a entrega ao entrevistado de material de divulgação do projeto. Para além dessas ações, ficou também a certeza que, à medida que a pesquisa fosse avançando, um número maior de pessoas iria tomar conhecimento sobre a mesma, o que ajudaria na redução das dúvidas e suspeitas sobre a ação.

Já em relação aos questionários, algumas correções foram feitas, buscando corrigir falhas captadas no tratamento das dúvidas pontuais surgidas ao longo do pré-teste.

FLUXO DE INFORMAÇÕES /PROCEDIMENTO

Tendo em mãos a versão definitiva do questionário, deu-se início a preparação para sua aplicação. Com todas as lições do pré-teste já consideradas, foi necessária a releitura conjunta desse novo documento para familiarização, uma vez que, como já dito, foram feitas algumas alterações a partir do pré-teste. O interessante é que nessa etapa preparatória surgiu uma reclamação até então inédita sobre a distribuição dos Agentes ao longo do território, já que considerando o grande volume de entrevistas que estavam por vir, manter a mesma distribuição adotada ao longo do pré-teste poderia gerar uma sobrecarga para alguns agentes que ficariam em áreas que, embora menores, continham uma grande concentração de empreen-

dimentos. Por conta disso fez-se uma redistribuição dos Agentes ao longo do território, mantendo-se a divisão da Nova Brasília nos três lotes já apresentados anteriormente. De acordo com essa nova divisão o Lote 2 passou a ter cinco agentes enquanto o Lote 3 contou com apenas dois profissionais.

Ao contrário da etapa anterior, onde a equipe local teve cinco dias úteis para aplicar três questionários, na aplicação dos questionários definitivos foi adotado um prazo muito mais enxuto já que os eventos geradores de atraso deveriam agora ter sido sanados a partir das estratégias formuladas ao fim do pré-teste. Dessa maneira cada agente ficou com a responsabilidade de aplicar até 15 questionários por semana, embora na primeira semana essa meta ainda estivesse sujeita a uma avaliação, pois não estava ainda claro, por exemplo, o tempo despendido entre a realização de uma entrevista e outra, além de outros fatores externos como chuvas, insegurança no território etc.

Outro ponto que ainda estava em aberto era o melhor horário para a realização das entrevistas. Sobre este fator, em particular, foi considerado mais importante deixar a cargo de cada entrevistador definir seu período diário de entrevistas, uma vez que condicionar essa atividade apenas ao horário comercial certamente impactaria no resultado previsto. Isso se torna fácil de compreender pela constatação simples, ao longo do expediente comercial, de que há muitos momentos em que o empreendedor/entrevistado fica impossibilitado de dar qualquer atenção a ações que não estejam diretamente ligadas ao funcionamento de seu empreendimento.

Durante a primeira semana de aplicação do questionário definitivo, o acompanhamento da pesquisa foi feito tanto através de plantões no Ponto Solidário, como por meio de esclarecimentos à distância feitos por telefone e/ou correspondências eletrônicas. Como era de se esperar, houve muitas dúvidas dos agentes em relação ao questionário, inclusive diante de questões que já haviam sido apresentadas no pré-teste e discutidas nos momentos de avaliação daquele instrumento. Essas dúvidas se deram, provavelmente, em decorrência da amplitude do questionário, fazendo com que, à medida que avançava a aplicação do mesmo, surgissem diferentes perfis de entrevistados, novas possibilidades de respostas também nasciam, o que gerava certa dificuldade por parte de alguns agentes.

Considerando que as mesmas dúvidas surgidas no Complexo do Alemão poderiam também, em algum momento, aparecer nas demais comunidades (Manguinhos, Cidade de Deus, Santa Marta) e vice-versa, houve ao longo dos primeiros dias de aplicação um intercâmbio intenso entre os pesquisadores responsáveis por cada um desses territórios e a equipe de coordenação, buscando dessa maneira debater e padronizar orientações sobre as dúvidas emergentes da aplicação.

DIFICULDADES ENFRENTADAS

Embora ao final da primeira semana nem todos tivessem conseguido alcançar a meta estabelecida, houve, por outro lado, agentes que a superaram. O aprendizado das lições anteriores auxiliou no enfrentamento de situações já esperadas, as quais foram confirmadas pela experiência dos primeiros dias de aplicação do questionário. Uma delas foi a melhora quanto à resistência dos empreendedores abordados em participar da pesquisa, mostrando que a boa identificação enquanto agentes de pesquisa do projeto e a estratégia de abordagem foram de fato uma proposta vitoriosa. Por outro lado, percebeu-se que já no interregno entre o arruamento e esta primeira semana alguns novos empreendimentos haviam surgido, enquanto outros aparentemente fecharam.

Outro ponto observado foi em relação aos turnos de atividade em cada tipo negócio, pois enquanto grande parte do comércio de loja funcionava regularmente no horário comercial, à medida que a noite caía uma série de outros negócios iam surgindo nas calçadas e portas de casas das comunidades, grande parte deles voltados à produção e comercialização de alimentos.

Assim, junto com a chegada da noite tomavam conta das ruas homens e mulheres vendendo batatas fritas, hambúrgueres, salgadinhos, refrigerantes, cervejas, tudo isso nas condições mais diversas, indo desde um simples fogareiro com óleo quente até um carrinho bem equipado para a venda de cachorros-quentes. Embora, como já dito, tenha ficado à cargo de cada agente organizar seu horário de trabalho, por uma questão de segurança da equipe foi solicitado que evitassem ao máximo atuar à noite, razão pela qual muitos desses pequenos empreendimentos não foram entrevistados.

CONTROLE

Tanto a verificação da rotatividade na abertura e fechamento de lojas, como a constatação do exército de pequenos empreendedores que tomavam as noites da Nova Brasília, reforçaram a perspectiva de utilizar o arruamento como o documento de referência para o trabalho, sem, no entanto dar a ele um papel determinante no encerramento do universo de empreendimentos a serem entrevistados.

Ao longo das três primeiras semanas de trabalho os agentes aplicaram, em média, 35 formulários cada um. Nesse período foi mantido um acompanhamento próximo da equipe de campo para o apoio às eventuais dúvidas que ainda surgissem, sendo elas mais recorrentes na primeira semana.

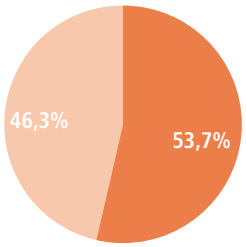
Durante aquele período, foi possível perceber também a movimentação da curva no total de questionários aplicados, com uma intensificação da produtividade partindo do início da segunda até a metade da terceira semana. Neste momento último, porém, se observou uma considerável redução no total de questionários preenchidos, o que se justifica pelo esgotamento daqueles empreendedores mais disponíveis, restando apenas outros, um pouco menos disponíveis.

Todavia, mesmo para esses casos foi traçada a estratégia de revezamento entre os agentes ao longo dos "lotes" fazendo, assim, com que diferentes formas de abordagens revertessem algumas resistências de entrevistados, e é necessário reconhecer que tal estratégia gerou resultados bastante positivos.

Resultado da pesquisa quantitativa

PERFIL DO ENTREVISTADO

Em relação ao gênero, no Complexo do Alemão as mulheres foram minoria entre as entrevistadas, representando 46,3% do total.[33]

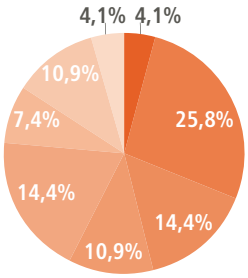


Perfil dos entrevistados, por sexo | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Feminino
- Masculino

Em relação à escolaridade[34], quase 41% dos entrevistados completaram o ensino fundamental. Cerca de 11% completaram a oitava série e 14,4% iniciaram, mas não concluíram o segundo grau. No entanto, a maioria dos entrevistados completou o segundo grau (25,8%), Cerca de 4,1% têm superior incompleto e 3,9%, superior completo.

Nível de escolaridade dos entrevistados | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



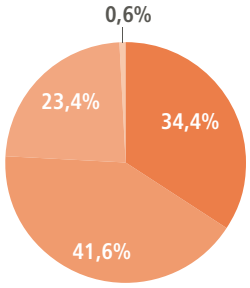
- Sem instrução formal
- 1ª a 4ª série incompleta
- 1ª a 4ª série completa
- 5ª a 8ª série incompleta
- 5ª a 8ª série completa
- Segundo grau incompleto
- Segundo grau completo
- Superior incompleto

A média de idade dos entrevistados no período da pesquisa correspondeu a 45 anos, sendo que as entrevistadas tinham, em média, 47,6 anos, enquanto os homens tinham 43,6 anos em média.

MÉDIA GERAL	45,0
Média dos homens	43,6
Média das mulheres	47,6

Média de idade dos entrevistados | C. do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Em relação às faixas etárias, apenas 0,6% tinha menos de dezoito anos e a maior parte, 41,6%, estava na faixa entre 35 e 49 anos de idade, seguido por aqueles que estão acima dos 50 anos, representando esse grupo 34,4% do total. Os 23,4% restantes referem-se ao grupo dos(as) empreendedores(as) com 19 a 34 anos.

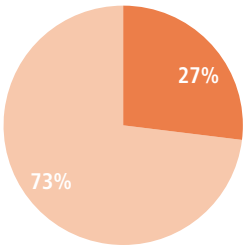


Perfil etário dos entrevistados | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Até 18 anos
- 19 a 34 anos
- 35 a 49 anos
- Acima de 50 anos

33 Este percentual não reflete, necessariamente, a distribuição de gêneros dos proprietários dos empreendimentos no Complexo do Alemão, na medida em que a própria pesquisa não buscou equanimidade neste sentido.
34 Apesar das mudanças ocorridas na seriação da escolaridade nos últimos anos, optamos pela forma mais conhecida entre os entrevistados, de modo a evitar confusões entre o modo como eles conheciam as séries enquanto estavam na escola e o modo atual, dividido em anos e segmentos.

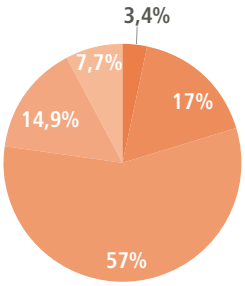
Foi perguntado aos entrevistados se eles tiveram ou foram sócios de algum empreendimento antes do que possuíam no momento da entrevista. A maioria deles (73%) respondeu negativamente, demonstrando com isso que a grande maioria dos empreendedores entrevistados estava atuando em seu primeiro negócio.



Proprietário em empreendimentos anteriores | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Não
- Sim

A maioria dos entrevistados consegue obter entre um e três salários mínimos (57%) e 17% obtém entre 3 e cinco SM, enquanto 3,4% conseguem retirar mais de cinco salários mínimos. No entanto, existem empreendimentos que rendem menos: cerca de 22% rendem até um salário mínimo para o empreendedor[35].

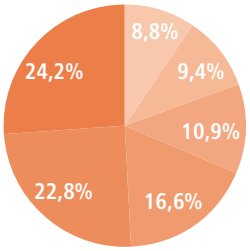


Rendimento médio mensal obtido pelo entrevistado com o empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Até meio salário mensal (até R$ 272,50)
- Entre meio e 1 salário mínimo (entre R$ 272,51 e R$ 545,00)
- Entre 1 e 3 salários mínimos (entre R$ 545,01 e R$ 1.635,00)
- Entre 3 e 5 salários mínimos (entre R$ 1.635,01 e R$ 2.725,00)
- Mais de 5 salários mínimos (entre R$ 1.635,01 e R$ 2.725,00)

PERFIL DO EMPREENDIMENTO

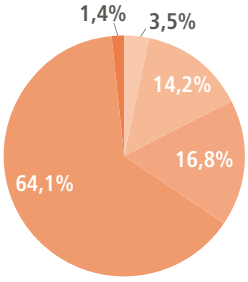
Os empreendimentos no Complexo do Alemão possuem, em média, 9,5 anos de existência, sendo que o empreendimento mais recente ainda não completou um ano e o mais antigo já conta com cinquenta e um anos de atuação no território. No entanto, quase 25% dos empreendimentos têm entre dois e cinco anos de atuação e 24% têm até um ano.



Tempo de existência do empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.

- Até 1 ano
- Entre 2 e 5 anos
- Entre 6 e 10 anos
- Entre 11 e 15 anos
- Entre 16 e 20 anos
- Entre 21 e 30 anos

Em relação ao setor de atividade, a maioria dos empreendimentos atua no setor de comércio (64,11%), seguido pelo setor de serviços (16,8%). No entanto, há também um percentual de empreendimentos que atua em dois setores. Cerca de 14% estão no setor de produção e comércio; e 3,5% atuam em comércio e serviços. Um percentual menor atua na produção (1,4%).

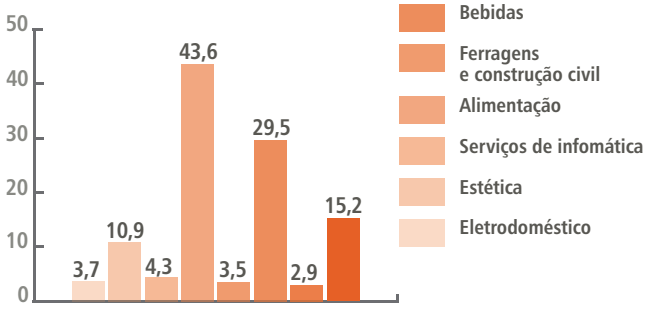


Principal setor de atividade do empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Produção
- Comércio
- Serviço
- Produção e comércio
- Comércio e serviços

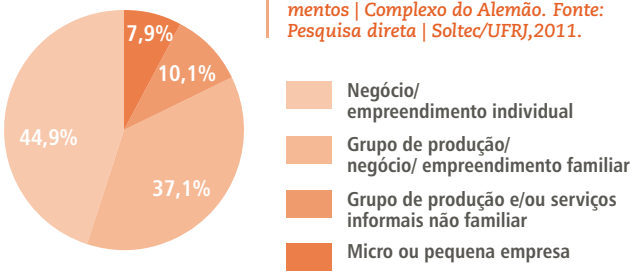
Quando se observa os ramos de atuação[36], percebe-se que os empreendimentos são bem diversificados. Destaca-se o ramo de alimentação, com 43,6% de atuação, seguido de bebidas, que representa quase 30% dos empreendimentos. Os ramos de vestuário e estética também foram identificados de forma significativa, correspondendo respectivamente a 15,2% e 10,9% dos empreendimentos entrevistados[37].

Ramos de atuação | empreendimentos do Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.



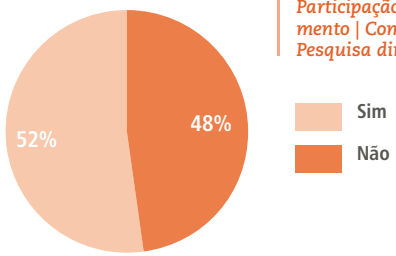
Em relação à sua forma de organização, quase 45% dos empreendedores identificam seus negócios como empreendimentos individuais, seguidos dos empreendimentos familiares (37,1%). Cerca de 10% são grupos de produção informais de natureza não familiar e praticamente 8% são pequenas empresas[38].

Forma de organização dos empreendimentos | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.



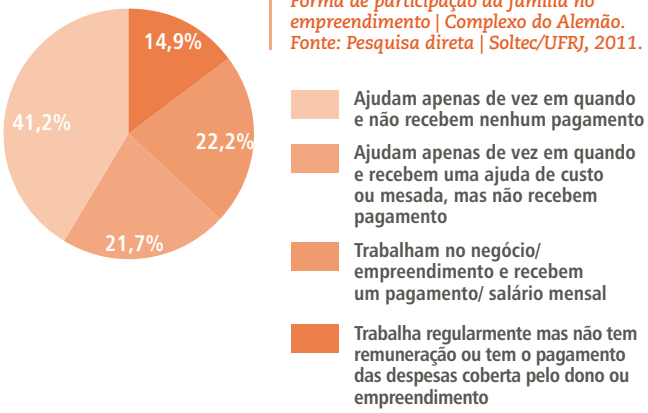
Ainda sobre a participação da família nestes empreendimentos, temos que 52% dos entrevistados afirmaram que contam com o apoio de algum membro da família, tanto de forma remunerada quanto não remunerada.

Participação da família no empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.



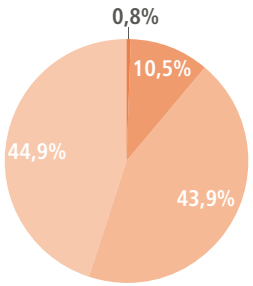
Em relação à forma de participação, a maioria afirma que os familiares ajudam apenas de vez em quando e não recebem pagamento (41,2%) e outros 21,7% assinalaram que os familiares recebem uma mesada ou ajuda de custo. Cerca de 22% afirmou que pagam um salário mensal ao familiar e quase 15% trabalha regularmente e tem suas despesas cobertas pelo dono do empreendimento.

Forma de participação da família no empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



35 As faixas de valores tratadas nessa questão revelam o quanto o entrevistado consegue auferir para si próprio como meio de pagamento do seu trabalho, e por isso não podem ser entendidas como o faturamento da empresa.
36 Havia a possibilidade de um mesmo empreendimento atuar em mais de um ramo. Por isso a soma não fecha em 100%.
37 Outros ramos foram citados, porém em menor quantidade. São eles: Gráfica (4); Imóveis (2); Mecânica (6); Combustíveis (2); Saúde (6); Educação (5); Transporte (1); Lazer e Turismo (2); Reciclagem (4); Móveis (5); Veterinária (3); Artesanato e artes plásticas (8).
38 Registramos ainda dois empreendimentos que se classificaram como "associação formalizada" e um que se classificou como "cooperativa formalizada". Os dois juntos equivalem a 0,6% do total de questionários válidos.

Em Nova Brasília e Alvorada os empreendimentos entrevistados ocupam um total de 1.128 pessoas, com uma média de 2,1 empregados por empreendimento. Aquele com maior número de trabalhadores têm 22 empregados, e é grande a presença de empreendimentos individuais, consistindo em 45% do universo pesquisado. Situando-se em patamar semelhante, com quase 44% do total, estão os empreendimentos de 2 a 3 pessoas ocupadas. Aqueles que têm entre quatro e 10 empregados corresponderam a 10,5% e os que têm acima de 11 trabalhadores (dentre os quais, aquele com 22 empregados) representou 0,8% dos entrevistados.



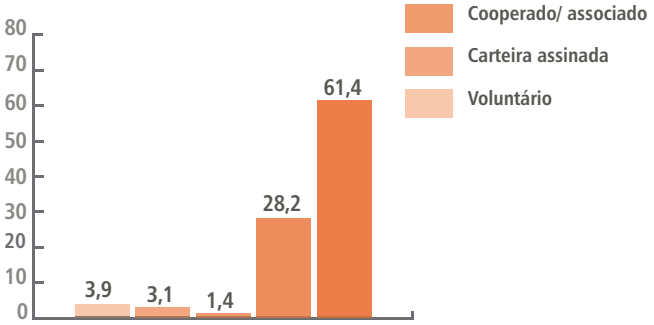
Quantidade de pessoas que trabalham no empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Em relação ao gênero das pessoas ocupadas no empreendimento, a maioria são homens (54,3%).

QUANTIDADE DE PESSOAS	No	%
Homens	613	54,3
Mulheres	515	45,7
Total	1128	100,0

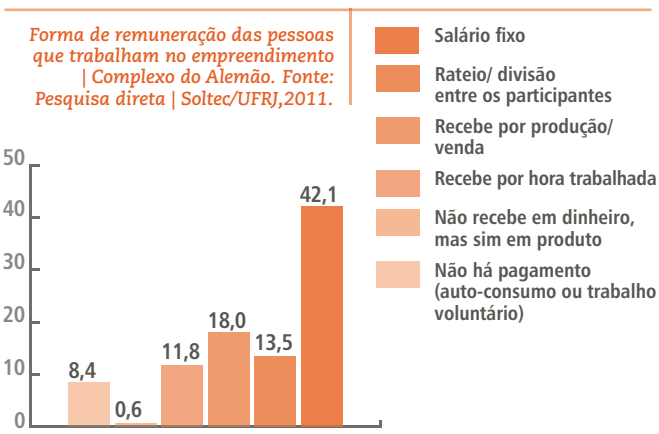
Pessoas que trabalham no empreendimento, por sexo | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Os empreendimentos que não têm funcionários (61,4%) são aqueles conduzidos apenas pelo proprietário. Já 28,2%, mantêm relações informais na contratação de trabalhadores. O percentual que emprega com carteira assinada é pequeno, 3,1%, menor até do que o percentual de empreendedores que disseram contar com trabalho voluntário, 3,9%.[39]



Vínculo dos trabalhadores no empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.

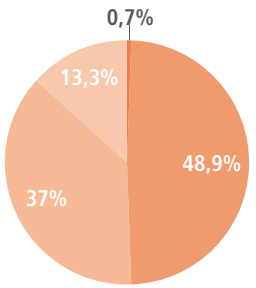
Em relação à forma de remuneração, 42,1% dos empreendedores afirmaram pagar um salário fixo, enquanto 18% dos que trabalham nos empreendimentos de Nova Brasília e Alvorada (parcial) recebem por produção. Há também o rateio/divisão entre os participantes, que representa 13,5%, caso de empreendimentos geridos por dois sócios sem funcionários ou ainda associações e cooperativas. Quase 12% recebem por hora trabalhada e 8,4% produzem para autoconsumo. Logo, não há pagamento para todos ou para alguns dos trabalhadores.



Forma de remuneração das pessoas que trabalham no empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.

39 Percentual calculado com base no total de respostas positivas para o tipo de vínculo.

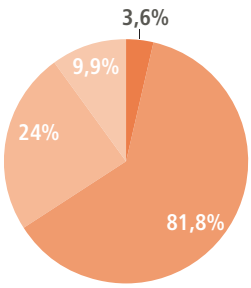
Metade das pessoas ocupadas nesses empreendimentos ganha até um salário mínimo (50,3%), enquanto outra metade (48,9%) recebe entre um e três salários. Uma parcela bem pequena recebe entre três e cinco salários mínimos.



Média de rendimento das pessoas no empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/ UFRJ, 2011.

- Até meio salário mensal (até 272,50)
- Entre meio e 1 salário mínimo (entre R$ 272,51 e R$ 545,00)
- Entre 1 e 3 salários mínimos (entre R$ 545,01 e R$ 1.635,00)
- Entre 3 e 5 salários mínimos (entre R$ 1.635,01 e R$ 2.725,00)

Em relação à frequência com a qual o empreendedor se reúne com o grupo para tomar decisões, os números demonstram que o empreendedor não decide sozinho o rumo do seu negócio ou empreendimento. Cerca de 10% se reúnem ao menos uma vez por mês, e 24% se reúnem de uma a duas vezes por semana. A maioria se reúne de três a quatro vezes por mês (62%), o que é uma frequência alta. Poucos se reúnem menos que uma vez por mês, cerca de 4%.



Frequência com que o grupo se reúne para tomar decisões | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.

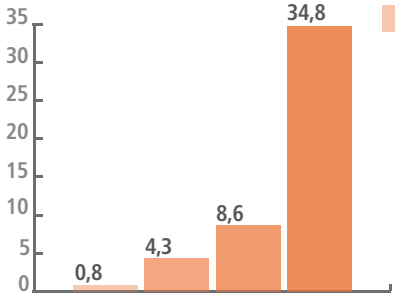
- Menos de uma vez por mês
- De uma a duas vezes por semana
- De três a quatro vezes por mês
- Uma a duas vezes por semestre

GESTÃO DO EMPREENDIMENTO

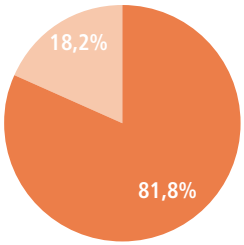
Foram feitas algumas perguntas para se pensar os modos como são geridos os empreendimentos. Assim, perguntamos para os entrevistados cujos empreendimentos não eram individuais se costumavam consultar outras pessoas na tomada de decisões. Quase 35% dos entrevistados costumam consultar a família, enquanto 8,6% consultam seus sócios ou coletivos de gestão. Outros 4,3% disseram que consultam seus funcionários.[40]

Quem o entrevistado consulta para tomar decisões sobre o empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Família
- Sócio/ coletivo de coordenação/ gestão
- Funcionários
- Outros



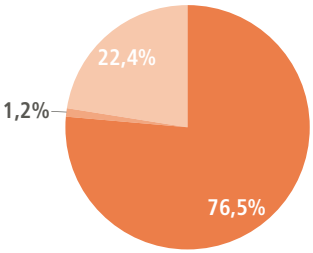
A maioria dos empreendimentos (81,8%) não possui CNPJ ou algum outro tipo de registro. Os empreendimentos que o possuem representam 18,2%



Registro no CNPJ | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Sim
- Não

Entre aqueles que possuem o CNPJ ou registro, 76,5% são pequenas ou microempresas e 22,4% são trabalhadores autônomos. Entre os empreendimentos temos ainda aqueles que se classificam como associações.



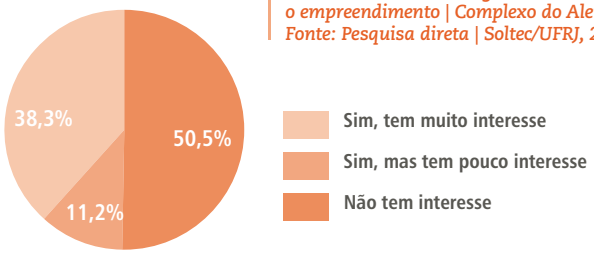
Tipo de registro do empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Autônomo
- Associação
- Micro e pequena

40 Percentual calculado com base no número de respostas positivas para as opções.

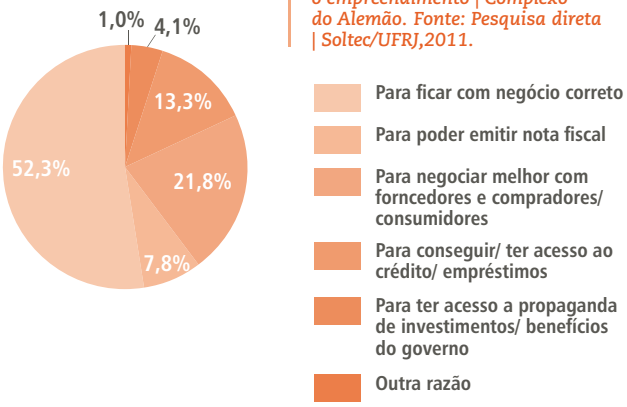
Entre os entrevistados cujos empreendimentos não têm registro ou CNPJ, metade (50,5%) afirmou que não tem interesse em se formalizar. Porém 38,3% informaram que tem muito interesse, ao passo que 11,2% disseram ter pouco interesse na formalização.

Grau de interesse em registrar o empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



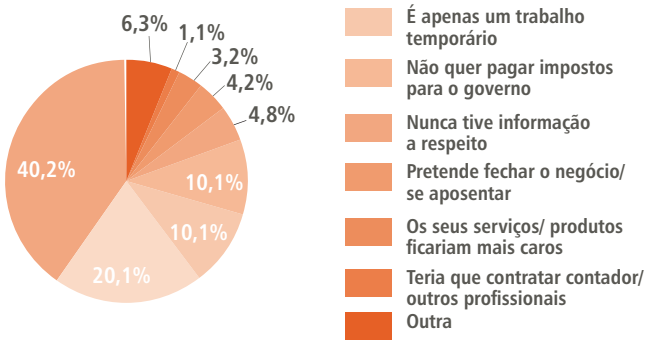
Para quem respondeu que tinha muito ou pouco interesse em se formalizar, a principal razão apontada foi deixar o negócio correto (52,3%), seguido da necessidade de negociar melhor com fornecedores e consumidores (21,8%). Acesso ao crédito também foi apontado como um fator importante (13%).

Principal razão para querer registrar o empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.



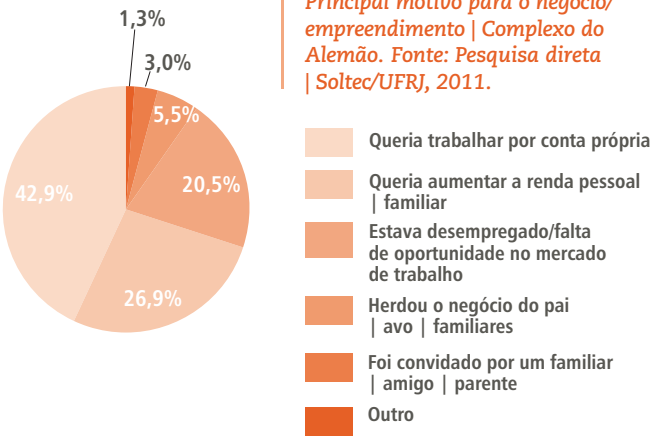
Entre os entrevistados que disseram não ter interesse em se formalizar, 40,2% justificaram que os impostos são muito altos e 20% acha que não seria vantajoso para o seu negócio. Cerca de 10% não quer pagar impostos para o governo e outros 10% veem seu empreendimento como um trabalho temporário. Cerca de 4,2% dos entrevistados pretendem fechar seus empreendimentos. Se somados ao percentual daqueles que veem o empreendimento como trabalho temporário, temos que cerca de 14% dos empreendimentos não estão consolidados para os próprios empreendedores.

Razão para desinteresse em registrar o empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.

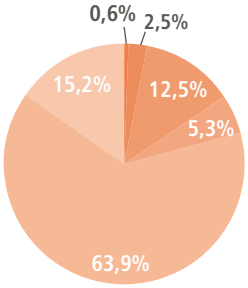


O desejo de trabalhar por conta própria representa quase 43% da motivação para iniciar os empreendimentos, seguido por quase 27% que queriam aumentar sua renda pessoal ou familiar. Outros 20,5% estavam desempregados e ainda 5,5% herdaram o negócio de pais ou avós.

Principal motivo para o negócio/ empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Em relação ao local onde o empreendedor costuma comprar matérias-primas e insumos para o empreendimento, quase 64% compra fora da comunidade, mas na cidade do Rio. Um percentual significativo compra apenas na comunidade (15,2%) e 12,5% compra na comunidade e na cidade do Rio.



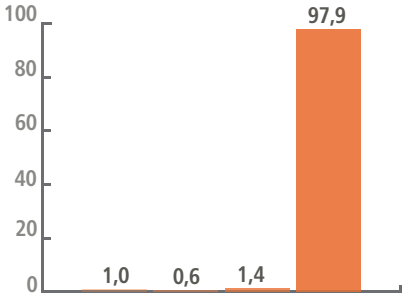
Compra de matérias-primas, produtos e mercadorias | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Apenas na comunidade
- Fora da comunidade, mas na cidade do Rio
- Fora da comunidade e fora da cidade do Rio
- Na comunidade e na cidade do Rio
- Na comunidade, na cidade do Rio e em outras cidades/ estados
- Na comunidade em outros municípios e estados

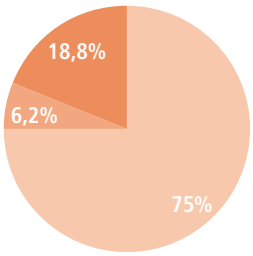
A quase totalidade dos entrevistados compra sua matéria-prima ou seus insumos individualmente (97,9%).[41]

Forma como é adquirida a matéria-prima/ produtos | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Compra individualmente
- Compra coletivamente
- Troca
- Outras



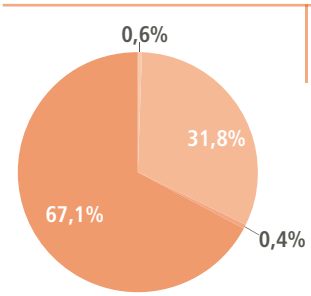
Perguntamos aos entrevistados se havia interesse em participar de grupos de compras coletiva. A maioria, ou 75% dos entrevistados, disse que não tinha interesse. Porém 25% disseram ter interesse em participar de grupos de compra coletiva.



Interesse em participar de grupos de compra coletiva | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Sim, tem muito interesse
- Sim, mas tem pouco interesse
- Não tem interesse

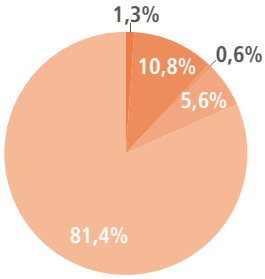
Cerca de 67% dos produtos, mercadorias e serviços são vendidos[42] e outro percentual significativo, 31,8%, afirmaram que os produtos são vendidos mas também se destinam para auto-consumo.



Forma de comercialização dos produtos/ serviços | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- São vendidos
- São vendidos e trocados
- São vendidos e para auto- consumo
- São destinados ao auto-consumo dos participantes

A principal praça de comercialização é a própria comunidade, que representa quase 81,4% dos empreendimentos, seguido por empreendedores que escoam seus produtos tanto na comunidade quanto na cidade (10,8%). Um percentual menor vende fora na comunidade, mas no Rio de Janeiro como um todo (5,9%).



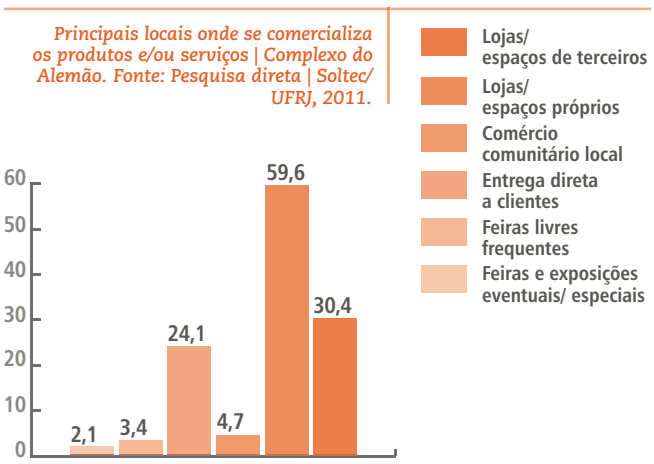
Destino da venda dos produtos/ serviços | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.

- Apenas na comunidade
- Fora da comunidade, mas na cidade do Rio
- Fora da comunidade e fora da cidade do Rio
- Na comunidade e na cidade do Rio
- Na comunidade,na cidade do Rio e em outras cidades/ estados

41 Cálculo com base no total de pessoas que responderam positivamente esta modalidade de compra.
42 Vale ressaltar que nem todos os empreendimentos são produtivos. Deste modo, sobre produtos entendemos tanto a mercadoria produzida por um empreendimento produtivo, quanto aquela vendida no setor de comércio ou ainda o serviço prestado.

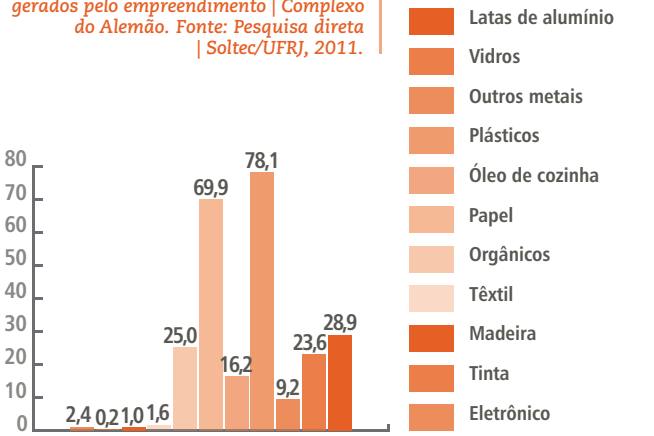
Sobre os espaços de comercialização de produtos e serviços[43], a maioria tem espaços próprios (60%); um percentual grande ocupa lojas e espaços de terceiros (30,4%); 24% entrega seus produtos ou serviços diretamente para os clientes e 13,45% se configuram como ambulantes. Como essa pergunta permitia mais de uma resposta, a somatória dos percentuais abaixo terá como resultado um número maior do que 100%.

Principais locais onde se comercializa os produtos e/ou serviços | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/ UFRJ, 2011.



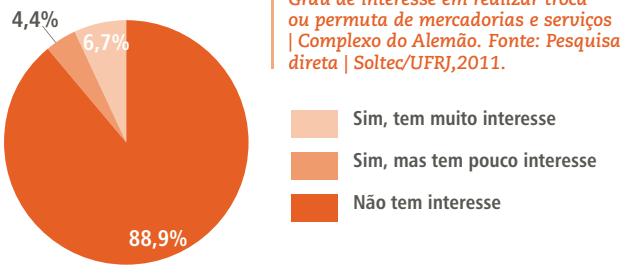
Percebe-se pela distribuição e pelos percentuais mais altos que os empreendimentos geram diferentes tipos de resíduos. A maioria consiste em plásticos (78,1%) e papéis (69,92%).Quase 29% dos empreendimentos também gera latas de alumínio e 9,2% outros metais. Cerca de 16% dos empreendimentos também produzem sobras de óleo de cozinha e 25% de produtos orgânicos[45].

Tipo de resíduo/lixo/sobras de materiais gerados pelo empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



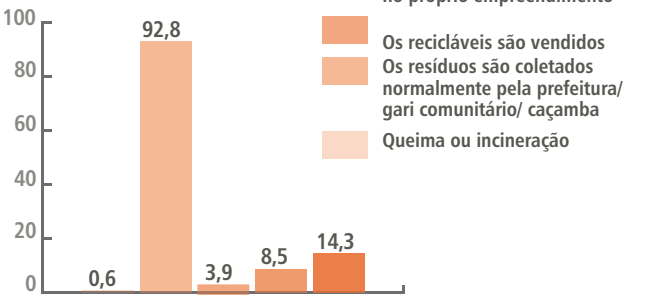
Sobre realizar troca[44] ou permuta de mercadorias e serviços por parte daqueles que hoje não o praticam, quase 89% afirmaram não ter interesse; enquanto 6,7% afirmaram ter muito interesse e 4,4% disseram ter pouco interesse.

Grau de interesse em realizar troca ou permuta de mercadorias e serviços | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.



Estes resíduos são todos recicláveis, porém quase 93% dos entrevistados disseram que tais resíduos são recolhidos pelo sistema de coleta de lixo da cidade do Rio. Mas há também um percentual de empreendimentos que doam os resíduos recicláveis (14,3%) ou que reaproveitam no próprio empreendimento (8,55).[46]

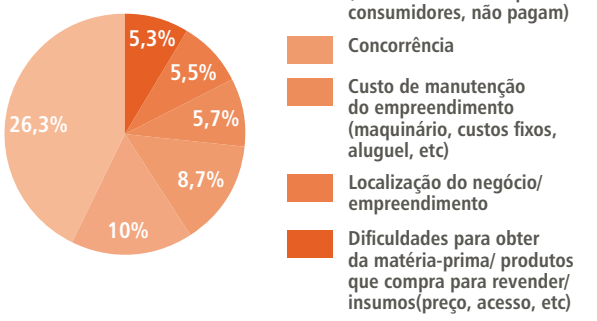
Destino do resíduo/lixo/sobras de materiais gerados pelo empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



43 Percentual calculado a partir das respostas positivas para o espaço de comercialização citado.
44 Pergunta feita apenas para os entrevistados que afirmaram que não faziam troca ou permuta.
45 Por se tratar de uma questão que facultava ao entrevistado apresentar múltiplas respostas, a somatória dos percentuais obtidos poderá resultar em mais do que 100%.

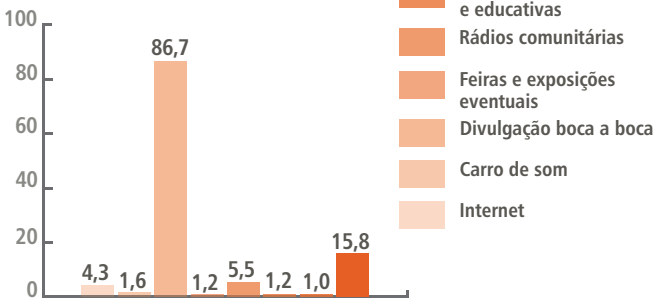
Quanto às dificuldades do empreendimento, os entrevistados citaram a falta de espaço adequado (26,3%), a inadimplência (10%), e a concorrência (8,7%).[47]

Principal dificuldade do empreendimento. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



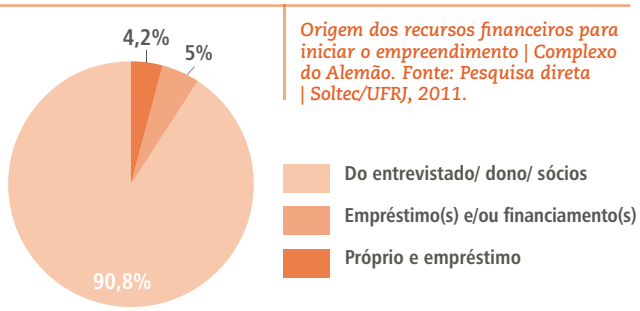
Sobre os espaços de divulgação do empreendimento[48], quase 87% dos entrevistados apostam no "boca a boca"; e 15,8% também fazem sua divulgação através de panfletos, catálogos, cartazes e folders. Alguns entrevistados, 5,5%, também divulgam em rádios comunitárias. Assim como outras questões já apresentadas até aqui, nesta pergunta houve possibilidade do entrevistado indicar mais de um ponto, fazendo assim com que a somatória dos percentuais gere um número maior do que 100%.

Locais de divulgação dos produtos/ serviços | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/ UFRJ, 2011.



Quase 91% dos empreendedores usaram capital próprio para iniciar seu empreendimento. Apenas 5% usaram empréstimos e 4,2% usaram tanto empréstimos quanto recursos próprios.

Origem dos recursos financeiros para iniciar o empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



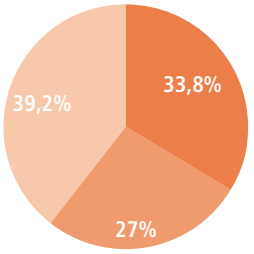
Dentre todos os entrevistados, cerca de 25% (74 entrevistados) contaram com apoio ou assessoria em seus empreendimentos. A maior assistência foi na qualificação profissional, recebida por 13,3% dos entrevistados, enquanto 3,5% dos entrevistados tiveram assessoria para assistência técnica. Os diferentes percentuais abaixo estão relacionados ao total de entrevistas realizadas na pesquisa e não somente às 25% que informaram já ter contado com algum apoio ou assessoria.

FORMAS DE APOIO QUE O EMPREENDIMENTO RECEBEU	No.	%
Assistência técnica	17	3,5
Qualificação profissional	64	13,3
Formação sócio-política	3	0,6
Diagnóstico, planejamento e análise de viabilidade econômica/qualificação gerencial, administrativa e contábil	6	1,3
Assessoria em marketing e na comercialização de produtos e serviços	8	1,7
Assessoria na constituição, formalização ou registro	5	1,0
Assessoria para desenvolver a qualidade do produto	5	1,0
Outra	4	0,8

Formas de apoio que o empreendimento recebeu | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

46 Por se tratar de uma questão que facultava ao entrevistado apresentar múltiplas respostas, a somatória dos percentuais obtidos poderá resultar em mais do que 100%.
47 As demais dificuldades citadas somam 27,6% do total de respostas. Foram elas, em números absolutos: Divulgação (17); Informalidade (15); Baixo poder aquisitivo dos consumidores/compradores (15); Falta de infra-estrutura na própria comunidade (13); Acesso ao crédito (13); Pouco movimento (13); Repressão do Estado (7); Falta de segurança (5); Falta de qualificação/formação pessoal para gerir o negócio/empreendimento (4); Venda localizada na comunidade/não consegue expandir o negócio/empreendimento (3); Falta de pessoal qualificado na comunidade (3); Falta de pessoal qualificado em geral (1); outros problemas (21). Um percentual significativo informou que não tem dificuldade, foram 51 entrevistados que equivalem a 10,8%.
48 Percentual calculado com base no número de respostas positivas para o meio de divulgação citado.

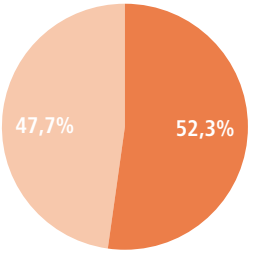
Pouco mais de 66% daqueles que receberam algum tipo de assessoria ou apoio pagou por este serviço, já que 39,2% pagou por todos os serviços e 27% pagou por alguns. Aproximadamente 34% dos entrevistados que receberam assessorias, não teve que pagar por nenhuma delas.



Forma como viabilizou receber assessoria ao empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/ UFRJ, 2011.

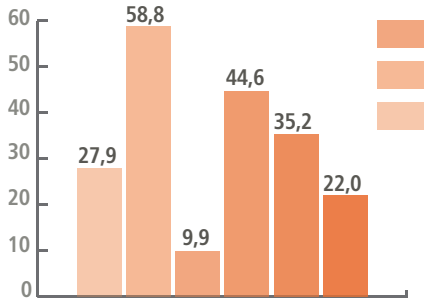
Entre as instituições que apoiaram os empreendimentos, foram citados o Sistema "S", órgãos governamentais, ONGs, universidades e cooperativas de técnicos e movimento sindical. Isto demonstra que existem diferentes instituições atuando na região, porém o baixo número de entrevistados que se lembra de citar qual era a instituição indica que o trabalho deveria ser mais intensivo.

Como indica o gráfico 34, pouco mais de 52% dos entrevistados afirmaram precisar de apoio técnico em seus empreendimentos.



Necessidade de apoio técnico| Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Dentre os entrevistados que em sua resposta apontaram a necessidade que tem de algum tipo de apoio, a principal assessoria demandada foi assistência técnica, solicitada por quase 59% destes empreendedores. A assessoria em marketing e na comercialização dos produtos e serviços também teve uma demanda significativa, de 44,6%, seguida pela qualificação gerencial, administrativa e contábil, com 35,2%, e pela assessoria para desenvolver a qualidade do produto, com 34,3% das demandas. A assessoria para formalização também teve uma demanda significativa, de 22%.[49]

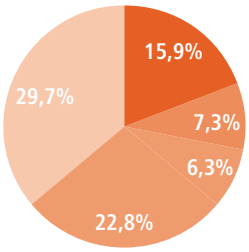


Tipo de apoio técnico que o negócio/ empreendimento necessita | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Assessoria na construção, formalização ou registro
- Qualificação gerencial, administrativa e contábil
- Assessoria em marketing e na comercialização de produtos e serviços
- Formação sócio-política
- Qualificação profissional
- Assistência técnica

Pelas mudanças que os empreendedores desejam ver para os próximos 3 anos, percebe-se que a principal refere-se à melhoria ou mudança do espaço ocupado para produção ou comercialização, pois ampliar seu espaço de produção e comercialização consiste em 29,7% das mudanças desejadas, seguida por adquirir espaço ou estrutura física (22,8%). Ampliar as redes de venda e comercialização também é visto como uma necessidade por quase 16% dos entrevistados. Uma mudança interessante foi o desejo de estar mais integrado à comunidade, com 7,3% das respostas dos empreendedores, que revela que não se busca apenas mudanças para o empreendimento em si, mas também para seu entorno.[50]

Desejo de mudança no empreendimento | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/ UFRJ, 2011.

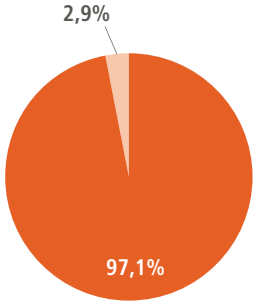


- Ampliar o espaço ou estrutura física de produção e/ou venda de produtos e serviços
- Adquirir um espaço ou estrutura física para produção e/ou venda de produtos e serviços
- Renovar/ comprar novos maquinários/ veículos/ equipamentos
- Estar legalizado
- Ampliar as redes de venda/ comercialização

RELAÇÃO DO EMPREENDIMENTO COM O TERRITÓRIO

No Complexo do Alemão apenas 2,9% dos empreendimentos fazem parte de fóruns ou redes de articulações, equivalendo a 14 empreendimentos. Nestes fóruns eles são representados, no geral, pelo dono ou por um sócio.

Participação em redes ou fóruns de articulação | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.



- Sim
- Não

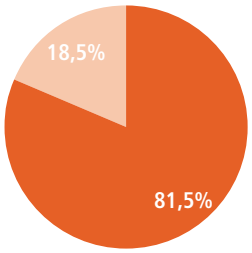
Dentro desse pequeno percentual apresentado acima (2,9%), os movimentos sociais e as associações de moradores foram citados como os espaços principais de atuação, seguido pelos fóruns de economia solidária e ONGS/Igrejas, como se verá no quadro abaixo, apresentando o resultado em números absolutos.

TIPO DE REDE OU FÓRUM DE ARTICULAÇÃO QUE O EMPREENDIMENTO PARTICIPA	No.
Fórum ou rede de economia solidária	3
Centrais de comercialização	1
Movimento social/popular/sindical	4
Conselhos de gestão e fóruns de participação em políticas	1
ONGs, Igrejas, Pastorais,Fundações,CRAS, OSCIP etc...	3
Associação de moradores	4

Tipo de rede ou fórum de que o empreendimento participa. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

49 Por se tratar de uma questão que facultava ao entrevistado apresentar múltiplas respostas, a somatória dos percentuais obtidos poderá resultar em mais do que 100%.
50 As outras opções equivalem a 3,5% das respostas (6 diferentes opções).

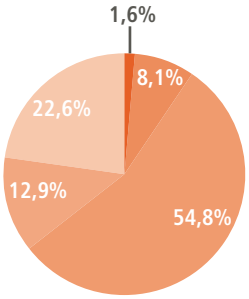
Quase 19% dos entrevistados assinalaram que seus empreendimentos colaboram para o desenvolvimento de sua comunidade.



O empreendimento apóia, participa ou desenvolve alguma atividade que contribua para o desenvolvimento da comunidade | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Sim
Não

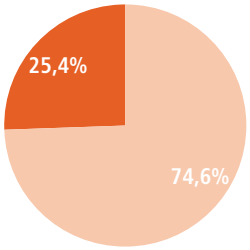
Entre as atividades e ações apoiadas pelos empreendimentos, as ações comunitárias representam quase 55%, seguido pelas ações religiosas (22,6%), e o apoio a ações educacionais (12,9%). No entanto, é preciso frisar que esses percentuais correspondem apenas aos entrevistados que informaram apoiar, participar ou desenvolver alguma atividade na comunidade, não ao total de entrevistas realizadas.



Atividades/ações que o empreendimento apoia, participa ou desenvolve que contribuem para o desenvolvimento da comunidade | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Apoio a ações religiosas
Apoio a ações educacionais
Apoio a ações comunitárias
Apoio a ações desportivas e culturais
Apoio a ações ambientais

Cerca de 25% do público entrevistado disse que colabora individualmente com atividades que contribuem para o desenvolvimento da comunidade.

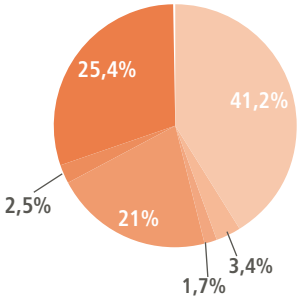


Participação em atividade que contribua para o desenvolvimento na comunidade | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Sim
Não

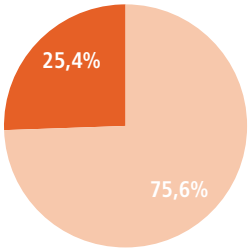
Cerca de 30% dos entrevistados acreditam contribuir para o desenvolvimento da comunidade ao apoiar ações religiosas, de forma individual; enquanto 21% apoiam ações comunitárias.[51]

Forma como contribui para o desenvolvimento da comunidade | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Apoio a ações religiosas
Apoio a ações educativas
Apoio a ações comunitárias (ações da associação, valorização do comércio local etc)
Apoio a ações desportivas e culturais
Apoio a ações de formação/ qualificação profissional
Não identificadas

Em relação ao possível envolvimento daqueles que hoje não participam de ações para o desenvolvimento da comunidade, mais de um quarto (25,4%) afirmou que gostaria de colaborar de alguma forma.[52]

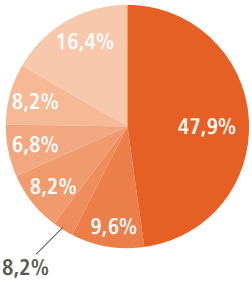


Potencial Colaborativo | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Sim
Não

Entre os que manifestaram interesse em participar de atividades comunitárias, pouco mais de 16% afirmou que poderia ensinar ou oferecer capacitação profissional e 9,6% que poderiam cuidar de crianças e idosos.[53]

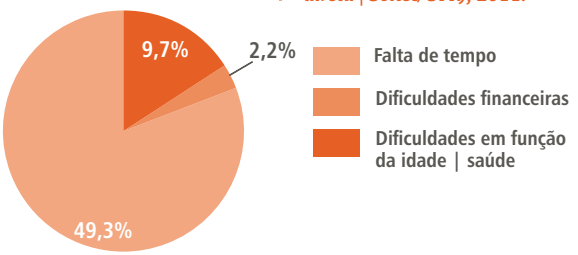
Forma como poderia colaborar com a comunidade | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Ensinando o que sabe/ oferecendo capacitação profissional
Em ações para melhoria da comunidade (ações da associação etc)
Promovendo eventos culturais/ esportivos
Participando de projetos educativos
Realizando doação para pessoas mais necessitadas
Cuidando de crianças/ idosos
Outro

A falta de tempo foi a principal razão apontada para a desmotivação em participar de atividades comunitárias (49,3); seguida por problemas de relacionamento com outros membros da comunidade (12,7%) e dificuldades em função da idade ou saúde (9,7%).[54]

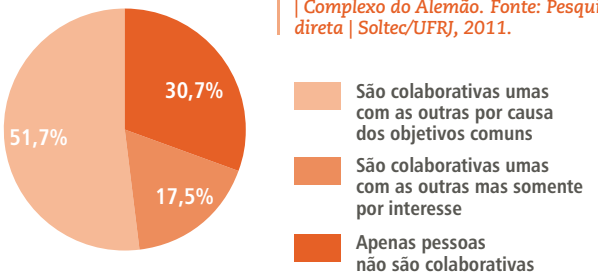
Os motivos pelos quais não gostaria de colaborar com a sua comunidade | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



COLABORAÇÃO POTENCIAL DA COMUNIDADE

Para um pouco mais que a metade dos entrevistados (51,7%,) as pessoas no Complexo do Alemão são colaborativas entre si por causa de objetivos comuns; enquanto 17,5% acreditam que as pessoas colaboram pensando mais em seus próprios interesses. Já para 30,7% dos entrevistados, as pessoas na comunidade simplesmente não são colaborativas.

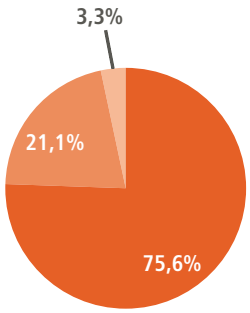
Potencial colaborativo comunitário | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



51 Por se tratar de uma questão onde o entrevistado poderia responder livremente a forma de sua contribuição social, acabou surgindo uma grande variação de respostas, absolutamente inviáveis de serem categorizadas. Dessa forma, optou-se por criar algumas categorias para as respostas com maior proximidade temática, gerando – como se pode ver no gráfico 43 – as categorias "apoio a ações religiosas", dentre outras. Ainda assim, porém 41,2 % das respostas nesse caso não foram passíveis de alinhamento com as categorias definidas.
52 Esse percentual se refere apenas ao conjunto de entrevistados que responderam não desenvolver nenhuma atividade na comunidade.
53 Embora estes dois resultados, em particular, sobressaiam, há que se ressaltar que trinta e cinco entrevistados deram diferentes respostas para esta questão, equivalendo a 47,9% do total de respostas dadas, tornando a opção 'Outros' bastante inchada e difusa.
54 Cabe ressaltar que trinta e quatro entrevistados deram diferentes respostas, classificadas como "Outros", equivalendo a 25,4% do total de respostas obtidas.

INTERESSE NA ECONOMIA SOLIDÁRIA

Em relação ao conhecimento sobre o que é economia solidária, a maioria dos empreendedores entrevistados não sabia do que se tratava (75,6%). Entre os que já sabiam, 3,3% disseram conhecer e praticar seus princípios; e 21,1% disse que conhecia, mas não praticava a economia solidária em seus estabelecimentos.

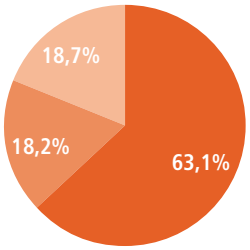


O entrevistado sabe o que é economia solidária? | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Sei e já pratico
- Sei, mas não pratico
- Não tenho conhecimento

Foi feita uma breve explicação para os entrevistados que não conheciam os princípios de economia solidária, bem como foram entregues alguns materiais que pudessem auxiliar na compreensão para que as demais perguntas do questionário pudessem ser feitas.

Entre os entrevistados houve interesse em participar de atividades e ações que envolvessem a economia solidária para 37% deles. Quase 19% dos entrevistados revelaram ter muito interesse; enquanto 18% revelaram tem algum interesse. Outros 63% disseram não ter interesse algum.

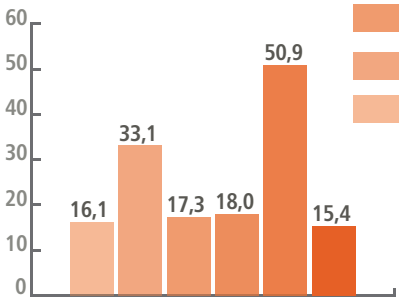


Interesse em participar de iniciativas de economia solidária | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Muito interesse
- Algum interesse
- Nenhum interesse

Quase 51% dos entrevistados gostariam de participar de feiras de comercialização e 33% também tem interesse em participar de compras coletivas. Quase 19% revelaram ainda que gostariam de utilizar moeda social e 18% que participariam de férias de troca.[55]

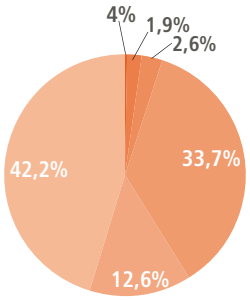
Forma como gostaria de participar de iniciativas de economia solidária | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



- Feiras/ festivais de troca
- Feiras/ festivais de comercialização
- Formar fundo para bancos comunitários
- Utilizar
- Compras coletivas
- Integrar associações/ cooperativas

A maior parte dos entrevistados que disse não ter interesse em empreendimentos de economia solidária acredita que não teria vantagens para seu negócio ou empreendimento (42,2%) e 33,7% não vê como seu empreendimento se adaptaria a esta iniciativa. Quase 13% acreditam poder ter prejuízos financeiros. Estas opções revelam a importância de se divulgar mais os eventos de economia solidária.

Principal razão pela qual não gostaria de participar de uma iniciativa de economia solidária | Complexo do Alemão. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



- Acha que traria vantagens para o negócio/ empreendimento
- Poderia ter prejuízo financeiros
- Não vê como seu negócio/ empreendimentos e adaptaria a esta
- Não tem informação sobre o assunto
- Falta de tempo
- Desinteresse em continuar no empreendimento

55 Por se tratar de uma questão que facultava ao entrevistado apresentar múltiplas respostas, a somatória dos percentuais obtidos poderá resultar em mais do que 100%.

Pesquisa qualitativa

Como forma de apoiar a análise dos dados levantados na pesquisa quantitativa foi feito um levantamento qualitativo com alguns dos empreendedores entrevistados, buscando com isso compreender melhor certos elementos captados na primeira etapa da pesquisa. O objetivo foi o de fazer entrevistas semi-estruturadas, tomando como ponto de partida um roteiro/questionário com questões abertas, sendo que caberia ao entrevistador conduzir o assunto – inclusive introduzindo novos temas – de acordo com a evolução de cada entrevista. Esse roteiro foi elaborado pela equipe de coordenação do Soltec/UFRJ, em conjunto com os pesquisadores responsáveis pelos quatro territórios abrangidos pela pesquisa.

Em relação à seleção dos entrevistados, mesmo cabendo a cada pesquisador definir quem seriam, foi traçado um perfil comum a ser buscado, dando preferência àqueles que tivessem revelado alguma característica capaz de aproximá-lo da economia solidária, como por exemplo, o envolvimento dos empregados na tomada de decisão no empreendimento.

No território em questão foram selecionados quatro empreendedores, sendo três homens e uma mulher, e ao longo do texto eles serão identificados através de números. O entrevistado 1 é homem e proprietário de um supermercado na comunidade Alvorada. Ele atua há muitos anos nesse ramo, embora esteja estabelecido na Alvorada há pouco tempo. O entrevistado 2 é homem, e é proprietário de um provedor para internet. Já atuou em inúmeros segmentos, indo desde salão de beleza a locadora de vídeos. É o que tem maior envolvimento com a temática da economia solidária por estar envolvido no projeto RIOECOSOL. O entrevistado 3, mulher, é proprietária de uma empresa de comunicação visual onde atua junto ao seu pai, fundador do negócio. Tem experiência prévia na área de vendas e marketing, tendo trabalhado, porém, para outras empresas. Por fim, o entrevistado 4 trabalha junto à esposa produzindo e vendendo lanches variados em um carrinho disposto na Av. Itaóca, todas as noites.

A primeira pergunta de destaque dizia respeito às vantagens e desvantagens apontadas para a legalização de seus empreendimentos. Dos entrevistados, apenas o Entrevistado 4 não tinha CNPJ. Como os demais são mais estruturados tendo, inclusive, empregados contratados por CLT o registro foi apontado como algo necessário. Como ponto positivo foi relatado a maior facilidade no acesso ao crédito bancário, e em contraponto a alta carga tributária e a concorrência desleal com os empreendimentos sem registro foram relatadas como pontos negativos da formalização.

"Positivo é abertura de crédito nos bancos, ser reconhecido como micro empresário e ter algumas vantagens com isso. O ponto negativo é perder 40% do seu faturamento para o governo, de imposto que se paga. Legalizado, você tem que tratar frente a frente, de empresa para empresa(...) Antes, eu trabalhava de forma irregular e tinha muito mais lucro. Eu não tinha medo das outras empresas entrarem porque da forma irregular que eu trabalhava eu não tinha despesa, se tivesse 20 assinantes era lucro. Mas agora eu tenho despesa e meu faturamento já sai 40% do governo, e desses 60% que me sobram eu tenho uma série de despesas, pago funcionários, pago aluguel, pago link, servidor..." ***(Entrevistado 2)***

"Já temos CNPJ. Tem um lado positivo e um lado negativo. O positivo é por você poder atender empresas de maior porte, não só daqui mas do Rio de Janeiro como um todo. Hoje graças a Deus nós temos serviços

no Rio todo. A comunidade não tem uma noção importante da nota fiscal, um recibo simples serve. A desvantagem é essa, tem algumas pessoas que prestam o mesmo tipo de serviço e não são legalizadas e não pagam os mesmos impostos." ***(Entrevistado 3)***

Ao abordar as vantagens do empreendimento, todos demonstraram muita satisfação com seus negócios, embora, o Entrevistado 4 tenha apontado como desvantagem o risco ao qual está exposto por não ter registro e trabalhar na rua, ficando assim suscetível a ações de ordenamento urbano que podem confiscar seu equipamento de trabalho (carrinho, etc).

Uma das perguntas do roteiro buscou levantar eventuais articulações em rede, como, por exemplo, práticas de compras coletivas entre os entrevistados. Apenas um deles, o proprietário do Supermercado, disse manter tal prática a partir da articulação com empresários locais do mesmo ramo, para que, comprando em conjunto, possam obter melhores condições de compra junto aos fornecedores.

"Eu compro de fornecedores de fora. Existem hoje umas parcerias com algumas empresas (do complexo) do ramo para comprar direto do fornecedor. (...) Eles são concorrentes mas também precisam do preço, como eu. A gente tem que ter o preço mais ou menos equiparado com o de grandes redes." ***(Entrevistado 1)***

O Entrevistado 3 apresentou como justificativa para a não participação nesse tipo de rede, a preocupação com a queda no padrão de qualidade de seus produtos já que considera ser mais exigente na seleção das matérias-primas e insumos que os demais empreendedores do seu ramo.

"Também não participo de nenhuma rede não, porque no meu produto eu viso muito a qualidade, eu tenho o bacon que eu gosto, o queijo que eu gosto, e vejo que os outros usam produtos de baixa qualidade. Então eu prefiro comprar sozinho. Mas até gostaria de participar de uma rede se não cair a minha qualidade." ***(Entrevistado 4)***

Já o Entrevistado 2, mesmo não participando, disse estar iniciando uma articulação no Complexo do Alemão – a partir de uma experiência bem sucedida na Rocinha – para que consiga ter mais força diante da entrada de grandes competidores (Oi, Tim, GVT, etc), reflexo da "pacificação" do Complexo do Alemão.

"Eu não participo, mas eu gostaria... praticamente eu to tentando com um amigo da Rocinha que ele conseguiu fazer uma rede de distribuição de serviço de internet, onde ele conseguiu fechar as portas para as grandes empresas lá na Rocinha. Eu to conversando para ver se eu consigo fazer isso aqui na comunidade, para gente ser fortalecer e fechar as portas para os maiores. Essa é minha proposta para os demais." ***(Entrevistado 2)***

Como se lê no trecho abaixo, o Entrevistado 2 reconhece a articulação em redes como uma forma de, dentre outras coisas, baratear os custos do negócio ampliando assim sua competitividade.

"A vantagem vai ser o barateamento no custo do link, comprando em grande quantidade, de uma pessoa só, por uma cooperativa só. Vai ser a administração que vai ficar concentrada em uma parte só, onde todos vão poder ter acesso. A concorrência vai ser menor, ela vai existir claro, mas se cada pessoa que trabalha aqui com seus 200 assinantes, elas vão cobrir certas áreas mas os próprios clientes vão escolher para qual ir, para o cara que vai fazer a manutenção. O cliente é que vai escolher quem vai fazer a manutenção...e o preço vai ser muito mais barato. Quanto menor o custo que a gente tiver mais barato pode ser o link para o cliente. Hoje todos os custos que eu tenho são encargos no sinal que eu vendo isso encarece o custo do sinal. Hoje se eu puder cortar alguns custos desses, eu consigo vender um sinal com um preço mais baixo." ***(Entrevistado 2)***

No que tange a participação em redes, conselhos, ou câmaras de desenvolvimento comunitário nenhum dos entrevistados apontou envolvimento efetivo em iniciativas desse tipo, embora alguns participem pontualmente, como o Entrevistado 2 que informou acompanhar as reuniões do Comitê da Serra da Misericórdia, e o Entrevistado 4 que disse já ter participado de ações do Verdejar (ONG ambiental com atuação no Complexo do Alemão). Ainda nesse ponto, o Entrevistado 2 informou estar iniciando a mobilização de um movimento para garantir a maior proteção dos empresários locais diante da entrada iminente de grandes competidores no Complexo do Alemão.

"Eu tô criando um conselho de articulação local para pode se proteger dessas empresas mesmo que estão vindo aqui para explorar o mercado, e que nunca foram vistas por ninguém. Nós estamos começando a articular com o pessoal, já temos algumas portas abertas, estamos conversando com alguns moradores. Nós já fizemos uma primeira reunião, fizemos a criação com a organização da ata, nomes, assinaturas,... Depois já fizemos uma segunda reunião, e o objetivo é fazer pelo menos uma reunião por mês. Eu também participo do Comitê da Serra da Misericórdia, não sou parte integrante, mas acompanho e participo desse comitê." ***(Entrevistado 2)***

Em relação ao conhecimento prévio de práticas solidárias na região, dois entrevistados responderam positivamente, sendo que um deles (entrevistado 2) conhecia principalmente por estar diretamente envolvido no projeto Rio Economia Solidária e por já ter participado de uma cooperativa. O Entrevistado 1, por sua vez, apontou como prática solidária regular na comunidade a articulação de profissionais da construção civil para atender a determinadas empreitadas. Segundo o Entrevistado 1, nessa articulação, profissionais das mais diversas áreas (pedreiros, pintores, eletricistas, marceneiros etc) se juntam dividindo os riscos e os lucros da atividade, sendo essa uma prática bem regular na região.

"Eu conheço algumas pessoas assim, que montaram equipe para construir, hoje 4 ou 5 trabalham juntos numa espécie de cooperativa. Pegam serviços juntos, executam, dividem o dinheiro na parte de cada um. Tem vários...Quem constrói a casa na comunidade é o morador. Que mora dentro da casa é quem constrói. Um dos setores mais fortes da economia solidária é a construção civil dentro do morro. O pessoal se junta e depois vão dividir porque um é pedreiro, um é eletricista, outro é hidráulico, e eles vão fazer de acordo mais ou menos com o espaço que o morador tem e com algumas colocações do morador. Mas sempre a ideia, na maioria das vezes, é desses profissionais." ***(Entrevistado 1)***

"Eu participei de uma cooperativa há pouco tempo, mas a sociedade não deu certo. Eu acreditei nele por ele ser um homem de Deus. O cara que fala de Deus tem que seguir, ele não pode falar de Deus e acender uma vela para o Demônio. A questão não é acreditar ou não acreditar em cooperativa. A questão é que existem pessoas e pessoas." ***(Entrevistado 2)***

Ao serem perguntados sobre a viabilidade de tornar seus negócios empreendimentos solidários, embora todos tenham acenado com a possibilidade, apontaram também algumas dificuldades, como, por exemplo, a divisão de poderes entre pessoas que fizeram investimentos financeiros no empreendimento e os que não fizeram, a dificuldade de compartilhamento do controle e da qualidade dos produtos e serviços prestados, dentre outros.

"Meu negócio funcionaria se houvesse um investimento de todos. Vamos todos comprar, vender, entregar... mas dessa forma só se houver investimento. No meu ramo o mínimo é 400.000, e sai da possibilidade de ser uma cooperativa. Mas se houver investimento de vários para crescer, vai funcionar." ***(Entrevistado 1)***

"Pode ser. Mas primeiro eu tenho que ver como funciona, porque eu não quero me meter na enrascada de novo de pegar o meu negócio que já ta consolidado e cooperativar para depois levar uma pernada e ficar a ver navio de novo. Então hoje eu confio muito mais na minha própria perna do que ficar querendo abraçar a causa sem saber mesmo o que eu posso ganhar. Hoje eu acredito mais no meu potencial. Mas pode acontecer de aparecer uma oportunidade boa de cooperativa, pode aparecer... mas agora tem que ser tudo preto no branco, certinho." ***(Entrevistado 2)***

Enfim, como dito, essas quatro entrevistas buscaram apoiar a compreensão dos dados quantitativos, não devendo os depoimentos coletados ser interpretados como diferencialmente representativos do universo de empreendedores pesquisados, até porque o total de entrevistas qualitativas representou um universo menor do que 1% do total de empreendedores participantes da etapa quantitativa.


26
VOTE CERTO CHAPA PRETA
POMBA MOTO-TÁXI PRESIDENTE

Análise dos resultados em devolutiva

Tendo em mãos os principais resultados da pesquisa era chegada a hora de fazer a devolução para a comunidade das informações construídas ao longo desse trabalho, e também o momento de construção de um plano de ação, ou um conjunto de recomendações, enquanto ponto de chegada do processo de pesquisa-ação. Essa etapa não se caracteriza por um "fim" precisamente, mas por processos que se desenvolvem em espirais, pois as sucessivas etapas, desde a identificação de um problema – diagnóstico da situação até o planejamento e execução das ações voltadas à solução dos problemas identificados, podem suscitar nova análise e definição de problemas a serem enfrentados (novos, ou antigos sob novas perspectivas), reiniciando o processo, e assim por diante.

Na pesquisa-ação implementada no projeto Rio Economia Solidária, não obstante o reduzido tempo de execução do projeto, também na etapa de fechamento foi dada a ênfase participativa conferida pelo Soltec/UFRJ a todas as etapas do processo, como aqui assinalamos, por diversas vezes.

Assim, a etapa de devolução foi prevista para ocorrer em dois momentos, sendo o primeiro em uma reunião realizada no Centro de Tecnologia (CT) da UFRJ, mobilizando atores sociais das quatro comunidades (Manguinhos, Complexo do Alemão, Cidade de Deus, e Santa Marta) contempladas pelo projeto, e num segundo momento a reunião devolutiva seria na própria comunidade.

Seguindo o planejamento, o referido encontro no CT da Universidade realizou-se no dia 01/10/2011, onde compareceram quatro atores sociais do Complexo do Alemão. A dinâmica de trabalho nesse dia consistiu no compartilhamento do resultado da pesquisa, promovendo o nivelamento dos participantes diante desses novos dados apresentados, para em seguida iniciar a etapa de proposição de ações a serem implementadas no Complexo do Alemão, visando ao fortalecimento da economia solidária em nível local. Esclarecemos aos presentes que suas contribuições agregariam estímulo e qualidade ao que chamamos de Devolutiva Local.

Após aquele encontro foi realizada a reunião na comunidade, garantindo a devolução dos resultados no território e buscando facilitar o acesso aos empreendedores e demais atores locais. A reunião foi realizada no dia 18/10/2011, na Escola Municipal Afonso Várzea, em Nova Brasília. Na oportunidade manteve-se a mesma programação da sessão anterior, ocorrida na UFRJ, havendo um momento inicial de publicização das informações e posterior reflexão sobre ações a serem tomadas.

Alimentação, bebidas, vestuário e estética, nesta ordem, foram os ramos de atividade mais encontrados, reproduzindo no Complexo do Alemão aquilo que já se conhece muito antes da economia solidária enquanto conceito, que são atividades típicas do tecido urbano informal da economia popular. O que pode fazer uma diferença importante é a maior ou menor presença de trabalho associativo, e neste ponto as regiões pesquisadas do Complexo do Alemão não registram presença tão intensa dos negócios individuais quanto em outras comunidades, ficando este percentual no Complexo na faixa próxima aos 45%.

Ainda sobre a forma de organização dos empreendimentos de Nova Brasília e parte da Alvorada, um fator digno de nota é o elevado percentual de empreendimentos familiares (37%) o que ensejaria aprofundar um debate de cunho mais teórico sobre a relação entre solidariedade e a característica familiar de um empreendimento que não fazem parte do foco da pesquisa. De todo modo, visando situar minimamente, há uma discussão acerca

de laços de família em um empreendimento acabarem, muitas vezes, reproduzindo nesse ambiente as relações hierárquicas tão características às famílias, inviabilizando assim a horizontalidade tão valiosa aos empreendimentos solidários. Porém, para efeito desta pesquisa os empreendimentos familiares não serão desconsiderados na análise da cooperatividade, principalmente por terem grande representação numérica no universo entrevistado e por serem os que mais adotam práticas de consulta na tomada de decisão.

A pesquisa captou 28,2% de relações informais praticadas pelos empreendedores, sendo esta a segunda forma de organização mais encontrada dentro do conjunto de empreendimentos, enquanto a maior parte (61,4%) não possui empregados. Quando perguntados sobre a posse de CNPJ ou registro, porém, a informalidade revela-se muito grande, com quase 82% dos empreendimentos afirmando não ter CNPJ.

Em se tratando de resultados de natureza mais objetiva, não provocam maiores reações quando apresentados nos espaços de Devolutiva. Já quanto às questões de caráter mais subjetivo, remetendo ao potencial de cooperatividade e ao interesse em iniciativas de economia solidária, estas propiciam maior participação pelos presentes e acabam inevitavelmente por resvalar no contexto cotidianamente vivido no território.

No Complexo do Alemão aconteceu a característica singular do projeto ter se iniciado concomitantemente ao processo de implantação da Unidade de Polícia Pacificadora, o que causou, dentre inúmeros outros fatores – como a própria condição necessária para a realização da pesquisa – mudanças na realidade do tecido socioprodutivo local. Evidente que tal constatação possui diferentes interpretações, que vão desde, como assinalou uma participante, "embora tenha melhorado o dia a dia, sem o tráfico, a renda da região caiu" até o fato de que há um reconhecimento que as oportunidades têm aflorado no Complexo, sendo inserido neste âmbito inclusive o projeto Rio Economia Solidária.

Tendo em vista os objetivos do projeto, vale sublinhar que apenas 3% dos empreendimentos entrevistados fazem parte de algum fórum ou rede de articulação local; e pouco mais de 18% dos empreendimentos apoia, participa ou desenvolve alguma atividade que contribui para o desenvolvimento da comunidade – atividades comunitária, para cerca de 55% dos que apoiam. Quando se passa da dimensão do empreendimento para a dimensão individual sobe para 25% o percentual dos entrevistados que dizem apoiar atividades voltadas para o desenvolvimento da comunidade, entre as quais, contudo sobressai o apoio a ações religiosas, em meio a várias outras formas difusas que revelam haver uma distância grande das pessoas para o que seria desenvolvimento da comunidade.

Fato é que o potencial colaborativo revela-se ainda tímido, situando-se na faixa de 25% os entrevistados que hoje não colaboram com o desenvolvimento da comunidade, mas se dispõem a passar a fazê-lo. Por outro lado, o que chamamos de

potencial colaborativo comunitário evidencia sinais interessantes, uma vez que mais da metade dos entrevistados afirmou que as pessoas no Complexo do Alemão são colaborativas entre si por causa de objetivos comuns.

No âmbito especificamente da economia solidária, ela é desconhecida por mais de 75% dos empreendedores entrevistados no Complexo do Alemão, enquanto menos de 40% acusaram ter interesse (seja ele muito ou pouco) em participar de iniciativas de economia solidária. Este panorama viria a ser corroborado na pesquisa qualitativa, quando obtivemos a opinião absolutamente contrária dos empreendimentos sobre tornar seus negócios empreendimentos solidários.

Dentre os motivos para tal rejeição fizemos antes menção a alguns, relativos à divisão de poderes e sua difícil relação com investimentos financeiros diferentes feitos no empreendimento, e à dificuldade de compartilhamento do controle e da qualidade dos produtos e serviços prestados.

O que eles expressam, na verdade, está presente não só na fala dos empreendedores; mas de atores sociais; agentes governamentais, referências comunitárias: uma certa desesperança no fazer coletivo. Provocando ou tendo sido causado por essa desesperança, se encontra componente chave para ser enfrentado pelos possíveis passos com que a cooperatividade e a economia solidária consigam avançar pelo território do Complexo do Alemão: a desarticulação em nível local de instâncias estratégicas como os movimentos sociais e as entidades representativas constituídas (associação de moradores).

Sabendo que esse não é um traço exclusivo do Complexo do Alemão – as próprias políticas públicas, inclusive de economia solidaria, são de difícil articulação – um detalhe adicional importante aponta para a dimensão geográfica do território em questão, extremamente amplo e literalmente complexo.

Um fato curioso neste sentido é que, embora todas as informações disponibilizadas tenham sido objeto de reflexão e debate entre os presentes nas Devolutivas, gerou interesse especial em meio ao processo o desenho do mapa de Nova Brasília e Alvorada, feito pelos agentes de pesquisa durante a construção do mapa falado. A ilustração dessas duas comunidades foi tão bem vista pelos participantes que uma delas – microempresária do ramo de vestuário e acessórios – disse que criaria uma coleção baseada nesses desenhos.

Por fim, iniciada a etapa de proposição de ações definiu-se que, para cada uma das propostas, deveria também ser apontado qual o resultado esperado, conferindo maior potencial de exeqüibilidade a cada uma delas. O resultado dessa reflexão coletiva possibilitou que fossem sugeridas as seguintes ações:

AÇÕES	RESULTADOS ESPERADOS
Ampliar o volume de compras dentro da comunidade(banco comunitário)	Economia local fortalecida
Ampliar os grupos de compras coletivas	Vantagem dos empreendedores ampliada
Continuar e fortalecer as ações de informação sobre Ecosol	Mais pessoas interessadas na ecosol
Criar e fortalecer as feiras de Ecosol	Vendas e negócios ampliados
Aumentar a divulgação positiva sobre o Complexo do Alemão	Incrementar a circulação de consumidores
Focar em ações de coleta seletiva e reciclagem	Gerar riquezas e postos de trabalho

A criação de um banco comunitário no Complexo foi pensada como estratégia para fomentar ainda mais seu mercado interno, já que a criação de uma moeda local agiria como indutor para o consumo nos estabelecimentos comerciais credenciados pelo banco. Como até o momento não está previsto o desenvolvimento dessa iniciativa no Complexo do Alemão, os moradores decidiram apontá-la como prioritária para futuras ações pública e/ou privadas na região.

Outro ponto sugerido trata do fomento à constituição de grupos/redes de compras coletivas entre os comerciantes locais. Através dessa estratégia os empreendedores locais se articulariam para a compra dos insumos e/ou produtos que comercializam, ganhando vantagens competitivas e maior poder de negociação com os fornecedores (sem falar na ampliação de seu poder também com atores políticos, resultado dessa maior integração). Esse é um ponto que merece destaque já que trata do potencial cooperativo externo dos empreendimentos (conceito que será trabalhado mais adiante), que é uma importante seara a ser explorada em futura ações de fomento à economia solidária.

O fortalecimento das ações de ECOSOL foi proposto tendo em vista a necessidade de estímulo contínuo para essa forma de produzir e se relacionar com o meio ambiente, ampliando o número de pessoas sensibilizadas para sua importância no cenário atual. Por se tratar de um modelo contra hegemônico, o crescimento da economia solidária con-

tinua dependendo de ações informativas, capazes de apresentar seus benefícios para aquele que vier adotá-la, e políticas públicas e/ou privadas votadas ao estímulo e organização de empreendimentos sob os princípios da ECOSOL. Atentos a isso, os participantes da Devolutiva alertaram para a importância da continuidade de projetos como o RIO ECOSOL no Complexo do Alemão.

Uma das formas de dar continuidade ao legado deixado pelo projeto está no fortalecimento das feiras de economia solidária, já que essa foi uma das estratégias utilizadas na formação dos empreendedores em economia solidária. Além de ser uma importante estratégia comercial, as feiras promovem a articulação e desenvolvem o espírito cooperativo entre seus participantes, representando um avanço no caminho para a economia solidária.

Somado a tudo isso, os atores participantes da Devolutiva atentaram para a importância de trabalhar a imagem do Complexo do Alemão, que até então estava marcada pela violência e desordem. Isso fez com que esse território passasse a ser visto como zona de exclusão, impactando negativamente na livre circulação de pessoas, o que gera diretamente reflexos negativos ao comércio local. Com a perspectiva de pacificação do Complexo, e lançando mão de atrativos gerados por equipamentos públicos recentemente inaugurados (como o teleférico interligando cinco grandes comunidades), revelou-se a necessidade de apostar na construção de uma imagem que ressaltasse seus pontos positivos, como as exuberantes paisagens vistas do alto de seus morros, do calor humano de seus moradores, da riqueza cultura de seu samba e sua história. Com isso pretende-se atrair cada vez mais pessoas, sejam cariocas de outros bairros, sejam turistas de todo o mundo.

Por fim, atentos às oportunidades geradas pela indústria da reciclagem, seja sob o enfoque econômico, seja pelo aspecto ambiental, foi proposto o investimento em ações de coleta seletiva e reciclagem de resíduos sólidos. Essas ações deveriam focar no fomento e apoio à cooperativas de catadores e centrais de comercialização desses produtos, gerando renda para a região e garantindo a incorporação de trabalhadores sob um modelo já consolidado de empreendimento solidário, as cooperativas.

COMPLEXO DE MANGUINHOS

CAPÍTULO 4

Complexo de Manguinhos | Fonte: http://portalgeo.rio.rj.gov.br/ipp_viewer

Localização e informações gerais

COMPLEXO É FORMADO POR 16 COMUNIDADES

Localizado na Zona Norte do Rio de Janeiro, entre o lado esquerdo da Avenida Brasil, sentido Santa Cruz, e a Avenida dos Democráticos, o Complexo de Manguinhos se destaca por sediar a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), instituição de referência nacional em microbiologia, parasitologia e saúde pública. O Complexo de Manguinhos possui 16 comunidades, distribuídas numa área de 261,84 hectares (em 2003). Manguinhos é considerado um bairro pela Prefeitura do Rio de Janeiro. Pertence à X Região Administrativa, de Ramos, que envolve os bairros de Bonsucesso, Manguinhos, Olaria e Ramos e faz parte da Área de Planejamento-AP 3.1.

Para a Prefeitura, segundo o decreto de 1988, o bairro Manguinhos é delimitado pela "confluência do Canal do Cunha com a Avenida Brasil seguindo por esta (incluída) até o Ramal de Ministérios de Arará; por este (incluído) até o entroncamento com o Ramal da Leopoldina da RFFSA; seguindo pelo leito deste, até o cruzamento com o Rio Jacaré; pelo leito deste até a Avenida Suburbana; por esta (excluída) até a Rua José Rubino; por esta (excluída) até a Avenida dos Democráticos; por esta (incluído apenas o lado par) até a Rua Capitão Bragança; por esta (incluindo a Rua Hespéria) atravessando a Rua Uranos, até o Ramal Leopoldina da RFFSA; pelo leito deste, até o prolongamento do alinhamento da Rua Eurico Souza Leão (incluída); Avenida Novo Rio (incluído apenas o lado ímpar) até a Avenida Brasil por esta (incluído apenas o lado ímpar, incluindo o Viaduto de Manguinhos) até o ponto de partida".

O Complexo de favelas de Manguinhos, no entanto, ultrapassa os limites do bairro. "Com o PAC, muitas comunidades, como CCPL, em Benfica e Comunidade Agrícola, em Higienópolis passaram a fazer parte do complexo de Manguinhos. Desde então, há participação dessas comunidades no Fórum de Manguinhos, nos programas sociais do PAC que aconteceram nesses lugares" ("Manguinhos Território em Transe"/Uadema).

O Complexo é formado por 16 comunidades: Mandela de Pedra, Nova Era (Nova Embratel), Parque Oswaldo Cruz (Amorim), CCPL, Parque João Goulart, Conjunto Nelson Mandela, Vila União, Comunidade Agrícola de Higienópolis, Vitória de Manguinhos (CONAB), Parque Carlos Chagas (Varginha), Vila São Pedro, Vila Turismo, Vila Vitória, Conjunto Samora Machel, CHP2 e Embratel.

Dados secundários

Com o objetivo de realizar uma primeira aproximação com as comunidades e apontar algumas informações a serem aprofundadas no campo, realizamos um levantamento de dados secundários, focando na pesquisa de elementos que tivessem mais interface com a economia solidária. A seguir apresentamos parte dos dados secundários selecionados para o processo de devolução para a comunidade.

DADOS MAIS SIGNIFICATIVOS

Sobre os dados secundários levantados a respeito de Manguinhos, destacamos aqui os dados obtidos dos censos do PAC - Censo Domiciliar e Censo Empresarial, por serem a informação mais recente sobre o Complexo. Utilizamos apenas algumas das informações disponíveis nos mesmos, consideradas mais relevantes para este relatório. Além disso, foram utilizados dados do Censo do IBGE 2000 e do Instituto Pereira Passos/Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro.

O Índice de Desenvolvimento Social (IDS) do bairro de Manguinhos, de acordo com dados do IBGE de 2000 e cálculos do Instituto Pereira Passos, ficou em 0,473, ficando na posição 150 dentre os bairros cariocas, uma das últimas (o ranking termina na posição 158). Este índice considera variáveis como a taxa bruta de frequência escolar, a taxa de alfabetização, esperança de vida e o índice "Conforto e saneamento". Busca mostrar situações típicas das cidades brasileiras, uma vez que, para o melhor conhecimento e atuação pública nas mesmas, não basta saber da sua situação sócio-econômica, mas também da urbanística.

Segundo o Censo do IBGE, em 2000, Manguinhos possuía uma população de 31.059 habitantes e 8.942 domicílios. O Censo Domiciliar de Manguinhos feito pelo PAC, entre 2008 e 2009, mostrou a existência de 11.557 domicílios, tendo conseguido entrevistar aproximadamente 85% deles, num total de 9.760. Nestes domicílios entrevistados a população levantada foi de 27.073 habitantes. Mas a população total contabilizada pelo Censo Domiciliar do PAC foi de 31.432 moradores. No entanto, como o IBGE mostrou que, em 2000, 89% dos domicílios possuíam até cinco moradores, podemos intuir que atualmente a população é bem maior, já que o Censo Domiciliar do PAC (2009) apontou um aumento de mais de 800 domicílios.

A idade média dos moradores do Complexo de Manguinhos é de 27,1 anos de idade, segundo o Censo Domiciliar do PAC. De acordo com esta mesma fonte, há uma leve predominância de mulheres (52,7%) em relação a homens (47,3%). Em termos de escolaridade, a população de Manguinhos apresenta média de 8,4 anos de estudo. Apenas 22,5% concluíram o ensino médio, sendo que 2,7% chegaram a terminar o ensino superior. 5,4% da população não chegaram a receber qualquer instrução formal e maior parcela (49,9%) tem como grau de escolaridade mais alto o ensino fundamental.

Dentre os responsáveis por domicílios, segundo o IBGE em 2000, 16,9% não possuíam renda alguma. E, dentre os que possuíam renda, 21,3% recebiam até um salário mínimo por mês e outros 50,8% recebiam entre um e três salários. Ou seja, três quartos da população não recebiam mais que três Salários Mínimos por mês. O Senso Domiciliar do PAC aponta que a renda média aproximada por pessoa é de R$366,28. O Senso destaca ainda uma diferença entre a renda média de homens e mulheres, com vantagem para o primeiro grupo, com renda média de R$440,58, em relação ao segundo, com renda média de R$301,54.

Dos 11.557 de domicílios pesquisados pelo censo/PAC 2010, 58% estão conectados à rede não oficial de abastecimento de água. O esgoto de 15,9% dos domicílios é despejado diretamente no rio.

A época em que as famílias passaram a residir na casa mostra uma grande mobilidade populacional. Mais da metade das famílias (53,7%) passaram a residir na casa entrevistada na década de 2000 e somente 20,1% moravam na casa há mais de 10 anos na época da entrevista. Portanto, mais de 70% da população residia na casa entrevistada há menos de 20 anos, de acordo com o Censo Domiciliar de 2010/PAC.

Devolução dos dados secundários

Após levantamento e organização de um relatório dos dados secundários sobre o Complexo de Manguinhos, iniciamos o processo de mobilização da comunidade para realizar uma reunião do Comitê Local de Pesquisa. Esta teve como objetivo a apresentação, para os moradores e atores sociais locais, do relatório organizado pela equipe do Soltec/UFRJ. Com isso, intencionou-se verificar se a comunidade se reconhecia nos dados oficiais produzidos acerca do Complexo.

Os dados apresentados suscitaram muita discussão, pois os presentes na reunião afirmaram que poucas das informações existentes eram condizentes com a realidade do Complexo. Embora tenham sido buscados em fontes oficiais, como o IBGE e o Censo Domiciliar e Empresarial do PAC, os dados referentes à população, moradias, empreendimentos e infra-estrutura foram contestados.

Um dos dados que chamou atenção dos moradores foi o Índice de Desenvolvimento Social-IDS desagregado por comunidades, que aponta que a comunidade CHP2 possui um índice superior ao total do bairro Manguinhos (0,494). De acordo com os presentes, as comunidades que possuem melhor infra-estrutura, na prática, são o Morro do Amorim e Vila Turismo. Cogitaram que esse desvio poderia ser explicado caso a pesquisa tenha levado em consideração o Projeto Prosanear, que deveria ter sido realizado no CHP2, mas que na prática não aconteceu como planejado.

Da mesma maneira, os dados que apontam que 92,7% dos domicílios particulares permanentes possuem abastecimento de água adequado, que 78,53% possuem rede de esgoto adequado e que 94,9% possuem coleta de lixo adequada, suscitaram protestos dos moradores e atores sociais locais. Alternativamente a estes dados, o Comitê afirmou que quase 100% do esgoto de Manguinhos são despejados sem tratamento nos rios. Disseram ainda que o que é considerado coleta regular de lixo é na verdade uma caçamba esvaziada periodicamente pelo caminhão da Comlurb e não é suficiente para suprir a necessidade da comunidade, o que pode ser facilmente percebido pela existência de imensos "lixões" nas encostas dos rios.

Foi destacado que o Censo do PAC não atuou de maneira sistemática nas áreas de intervenção do Governo do Estado. Desta forma, os dados de seu relatório não consideram todas as comunidades do Complexo integralmente, como, por exemplo, CHP2, Embratel e Vila Turismo. Consequentemente, a população total contabilizada pelo Censo Domiciliar do PAC, de 31.432 moradores, não representa a totalidade da população do Complexo. De acordo com os presentes na reunião do Comitê Local de Pesquisa, há dados levantados pelos agentes de saúde da Fiocruz que apontam haver aproximadamente 40.000 moradores no bairro de Manguinhos e 50.000 moradores no Complexo de Manguinhos. A mesma fonte destaca a alta taxa de natalidade, mas, paralelamente a taxa de mortalidade também é alta, em especial entre homens jovens (entre 15 e 24 anos).

Já os dados sobre trabalho e renda não suscitaram muita discordância (com exceção dos dados do PAC desagregados por comunidades do complexo de Manguinhos, pelos motivos anteriormente citados). Chamaram atenção os dados que apontam que a quase totalidade dos empreendimentos são informais e que três quartos da população local não recebe mais que três salários mínimos por mês.

Território de pesquisa

A região do Complexo de Manguinhos designada para realização da pesquisa-ação do projeto RIO ECOSOL foi a comunidade Parque Carlos Chagas, mais conhecida como Varginha. A área (em destaque verde na Figura 1) fica situada entre o Rio Faria-Timbó, Rio Jacaré e a Rua Leopoldo Bulhões.

Resultado da remoção de outras favelas da cidade, aumento das indústrias no entorno, da construção da Avenida Brasil e da Cidade Universitária, a região começou a ser ocupada na década de 1940, por moradores de localidades próximas e por migrantes, principalmente oriundos do nordeste ou de Minas.

"A ocupação se iniciou com a retificação dos rios e seu aterramento alterando as características de manguezal da região, que deu origem aos nomes tanto dessa comunidade, Varginha, como do bairro, Manguinhos. O aterramento, a retificação dos rios e a falta de um projeto habitacional que correspondesse às necessidades da população da cidade possibilitaram que a área fosse ocupada por moradias precárias com aproveitamento das margens dos rios para esgotamento sanitário. A partir dos anos de 1970 a ocupação foi intensificada, principalmente pela ampla remoção de favelas da zona sul da cidade" (Laboratório Territorial de Manguinhos/ENSP/Fiocruz – site: http://www.conhecendomanguinhos.fiocruz.br).

A definição do território da pesquisa foi alvo de divergências e questionamentos. Como a disputa de poder entre as lideranças comunitárias no Complexo é bastante intensa, a definição do local para desenvolvimento de um projeto suscita acirrada competição. Desta forma, as lideranças comunitárias viram com desconfiança a opção pela Varginha, pois a região é bastante pequena e apresenta reduzido número de empreendimentos e domicílios, não apresentando nenhuma característica que justificasse, num primeiro momento, sua escolha em detrimento das demais comunidades. No entanto, para escolha do território da pesquisa, foram levados em consideração outros aspectos, como a segurança e a facilidade de acesso e circulação, tendo em vista ainda o pouco tempo de duração do projeto.

Durante o processo de aplicação dos questionários com os empreendedores locais, avaliamos que a designação do território da Varginha para realização da pesquisa estava nos impondo algumas dificuldades, tanto pelo reduzido número de empreendimentos encontrados, quanto pelo caráter destes empreendimentos que, em geral, não possuem uma permanência e regularidade de funcionamento. Esta

Território da pesquisa | Varginha e Vila Turismo. Fonte: http://portalgeo.rio.rj.gov.br/ipp_viewer
Azul = Vila Turismo; Verde = Varginha; Vermelho = Complexo de Manguinhos.

irregularidade se deve, em grande parte, ao fato de muitos dos empreendimentos ali encontrados constituírem apenas fontes de renda extra para seus empreendedores. Além disso, o baixo fluxo de pessoas na região, aliado à possibilidade de futura remoção dos imóveis da região, inibe o surgimento de novos empreendimentos, bem como o investimento em melhorias nos negócios já existentes. Desta forma, consideramos ser pertinente expandir o território delimitado para pesquisa.

A definição da nova delimitação levou em consideração o quantitativo de empreendimentos e o fluxo comercial. Sendo assim, após consultar os agentes de pesquisa, o administrador e agentes do Ponto Solidário e o Comitê Local de Pesquisa, os locais indicados foram as comunidades Vila Turismo e Nelson Mandela. Como, à época, a comunidade Nélson Mandela estava sendo objeto de intervenções policiais constantes com intensa resistência de traficantes, o que impediria o trabalho dos agentes de pesquisa, definimos a comunidade de Vila Turismo como território de expansão da pesquisa-ação do Projeto Rio Economia Solidária.

A comunidade Vila Turismo (em destaque azul na Figura 1) localiza-se entre a Avenida dos Democráticos (apenas o lado par), a Rua Capitão Bragança, o Rio Faria Timbó e a Estrada de Manguinhos. A ocupação desta área iniciou-se na década de 1950, também fruto de remoções de outras áreas da cidade e de migração nordestina. Atualmente, caracteriza-se por ser um dos polos comerciais do Complexo de Manguinhos.

Mobilização comunitária

O Comitê Local de Pesquisa foi um espaço criado para que a comunidade pudesse participar e intervir no processo de pesquisa. O território da pesquisa; os dados secundários; o processo de pesquisa sobre atores sociais e tecido socioprodutivo; os instrumentos de pesquisa; a devolutiva dos dados primários (resultados da pesquisa), dentre outros, foram temas dos Comitês Locais de Pesquisa

IMPLANTAÇÃO DO COMITÊ

Para implantação do Comitê Local de Pesquisa de Manguinhos, buscamos identificar instituições, grupos e pessoas atuantes no território. Da mesma forma, nos preocupamos em dar espaço às diferentes vozes da comunidade: associações de moradores, ONGs, representantes de organizações, empreendedores e atores sociais não organizados.

A seleção foi feita com base em indicações dos agentes de pesquisa, listas de presença do Fórum do Movimento Social de Manguinhos e contatos do Ponto Solidário. Esta seleção, no entanto, foi feita apenas para direcionar nosso foco de mobilização, mas a participação no Comitê Local de Pesquisa é franqueada a todos os interessados.

Como estratégias de mobilização, contamos com o apoio do Ponto Solidário para envio de e-mails e realização de chamadas telefônicas. Além disso, os agentes entregaram convites impressos, em mãos, aos atores sociais previamente identificados. O Fórum do Movimento Social de Manguinhos e as reuniões dos grupos de formação do Cedac também foram espaços utilizados para divulgação do trabalho de pesquisa.

FUNCIONAMENTO DO COMITÊ

Na composição do Comitê contamos com a participação de representantes do Laboratório Territorial de Manguinhos, do Fórum do Movimento Social de Manguinhos, da Assessoria de Cooperação Social da ENSP/Fiocruz, presidentes de associações, coordenadores de projetos culturais e esportivos, lideranças comunitárias, além de moradores e empreendedores interessados em conhecer, discutir e participar do Projeto.

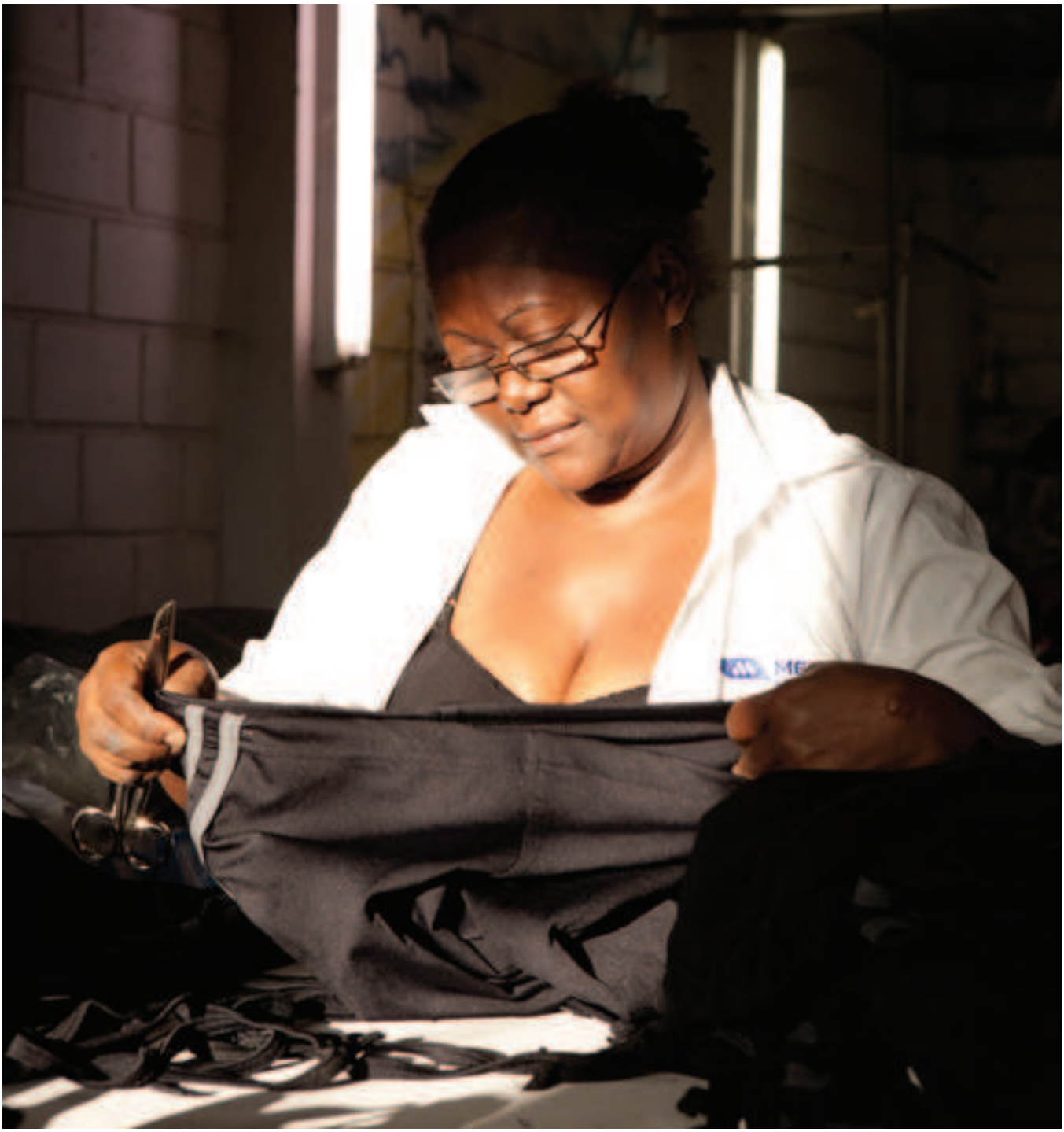
Ao longo do desenvolvimento da pesquisa foram realizados sete encontros do Comitê Local:

- 1º encontro: Apresentação dos objetivos e metodologia da pesquisa;
- 2º encontro: Formalização do "contrato" sobre a organização do Comitê Local de Pesquisa, que abrangeu a discussão sobre a periodicidade dos encontros, as formas de participação/interferência dos participantes na pesquisa e os limites de deliberação deste espaço. Neste encontro também foi discutida a delimitação espacial da Pesquisa e apresentada uma versão preliminar do instrumento de pesquisa de atores sociais;
- 3º encontro: Devolutiva do levantamento de dados secundários;
- 4º encontro: Validação dos instrumentos de pesquisa e indicação de Atores Sociais e de Empreendimentos, pelo método "bola-de-neve";
- 5º encontro: Validação do levantamento e classificação dos atores sociais e avaliação do andamento da pesquisa;
- 6º e 7º encontros: Devolutiva dos resultados da pesquisa e elaboração do Plano de ação.

Inicialmente, optamos por realizar estes encontros em locais considerados politicamente 'neutros' e de fácil acesso, como é o caso do CRJ (Centro

de Referência da Juventude) e da Biblioteca Parque de Manguinhos. Uma das reuniões foi realizada em conjunto com o Fórum do Movimento Social de Manguinhos, por entendermos que este é um espaço consagrado de discussão e mobilização da comunidade. Por sugestão dos integrantes do Comitê, as últimas reuniões ocorreram em espaços dentro das comunidades pesquisadas, a saber, Varginha e Vila Turismo, como forma de estimular a participação dos empreendedores entrevistados.

Apesar do esforço, a mobilização não obteve o êxito esperado. As muitas experiências negativas com projetos anteriores geraram grande desconfiança na comunidade em relação a novas iniciativas. Em geral, a maioria dos participantes das reuniões eram pessoas diretamente envolvidas nos projeto, como agentes de pesquisa e agentes do Ponto Solidário. Apesar disso, alguns dos presentes eram pessoas bastante atuantes na comunidade, e que exerciam, reconhecidamente, papel de representantes dos interesses das comunidades em reuniões e fóruns.



Mapeamento dos atores sociais

PROCESSO DE MAPEAMENTO

Em conjunto com os agentes de pesquisa, elaboramos uma listagem preliminar destes atores sociais e escolhemos 15 para que fosse realizado o pré-teste do formulário de identificação. Na avaliação do pré-teste do formulário de atores sociais, os agentes destacaram como dificuldade a pouca disponibilidade dos entrevistados em responder à pesquisa, dada a desconfiança em relação ao projeto. A vinculação do projeto com a Prefeitura foi apontada como problemática, por gerar ainda mais desconfiança sobre o processo, devido a experiências anteriores mal sucedidas. Este obstáculo só foi, em parte, superado, devido ao fato dos agentes serem moradores conhecidos na comunidade.

Como a ficha era bastante simples, não foram necessárias alterações, apenas algumas orientações aos agentes, que ainda não estavam sentindo-se seguros em relação ao conceito de atores sociais.

Após esclarecimentos, os agentes identificaram mais 33 atores sociais. As fichas foram preenchidas através da aplicação direta de questionários, de consultas telefônicas, de busca em sites ou levantamento de dados secundários. Houve dificuldade (em alguns casos impossibilidade) de levantar o tempo de atuação de muitos atores sociais, devido à inexistência de registros ou memórias.

Concluída esta etapa do mapeamento, realizamos uma reunião do Comitê Local de Pesquisa para apresentar o levantamento feito. Como estratégia de mobilização, optamos por realizar esta reunião em conjunto com o Fórum do Movimento Social de Manguinhos.

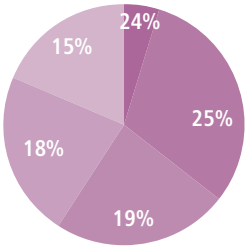
Para esta apresentação, foram projetadas algumas tabelas em que os atores sociais estavam divididos de acordo com as seguintes categorias: ONG/OSCIP, Sindicato Profissional, associação Comunitária, Entidade Setorial, Órgão governamental, Entidade Religiosa, Movimento Social, Meio de Comunicação, Agremiação Esportiva, Agremiação Cultural, Liderança/Pessoa Física e outros.

Durante a apresentação, houve muitos destaques em relação a alguns atores sociais considerados relevantes que não haviam sido mapeados, e também em relação a alguns atores mapeados que, segundo apontado pelos presentes, não desenvolvem nenhuma ação relevante para a comunidade.

À luz das sugestões feitas pelo Comitê Local de Pesquisa, foi feita uma atualização do levantamento, que resultou num total de 68 atores sociais mapeados. É importante salientar, no entanto, que esse resultado não pode ser considerado absoluto, já que a categoria de atores sociais é muito ampla, abrangendo um conjunto muito heterogêneo e de difícil identificação, por chegar a ser, em alguns casos, bastante subjetiva.

DADOS OBTIDOS

Em Manguinhos foram mapeados 68 atores sociais entre pessoas físicas e jurídicas. Têm, em média, vinte e um anos de atuação, sendo que a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) é a que tem mais tempo, com 111 anos na região. Se desconsiderarmos a Fiocruz, este tempo cai para 18 anos.



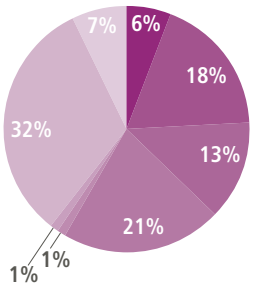
Tempo de atuação dos atores sociais em Manguinhos em anos. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Entre 0 e 5 anos
- Entre 6 e 10 anos
- Entre 11 e 20 anos
- Acima de 21 anos
- Não informado

A maior parte dos atores sociais locais é de associações de moradores dos sub-bairros de Manguinhos e órgãos governamentais. Destaca-se a presença de pessoas físicas que, apesar de não estarem ligadas a instituição alguma, são reconhecidas como lideranças no território.

Em relação ao perfil jurídico, observa-se que a maioria (32%) é formada por órgãos governamentais, especialmente escolas, mas também de projetos sociais ligados a alguns órgãos. As associações comunitárias representam a 21%, oferecendo serviços tais como cursos de capoeira, creches e orientação para retirada ou obtenção de documentos, além de fazer representação política. Há também um percentual significativo (18%) de lideranças individuais que, estando ou não ligadas a alguma instituição, têm uma atuação particular. Algumas entidades estão voltadas para a preservação dos direitos humanos. Têm atuado também no apoio à educação e formação bem como ao estímulo à prática esportiva.

Número de atores sociais de Manguinhos por perfil jurídico e de atuação. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



- ONG/OSCIP
- Órgão governamental
- Agremiação cultural
- Agremiação comunitária
- Associação comunitária
- Entidade religiosa
- Liderança/ pessoa física
- Movimento social

Aplicação da pesquisa quantitativa

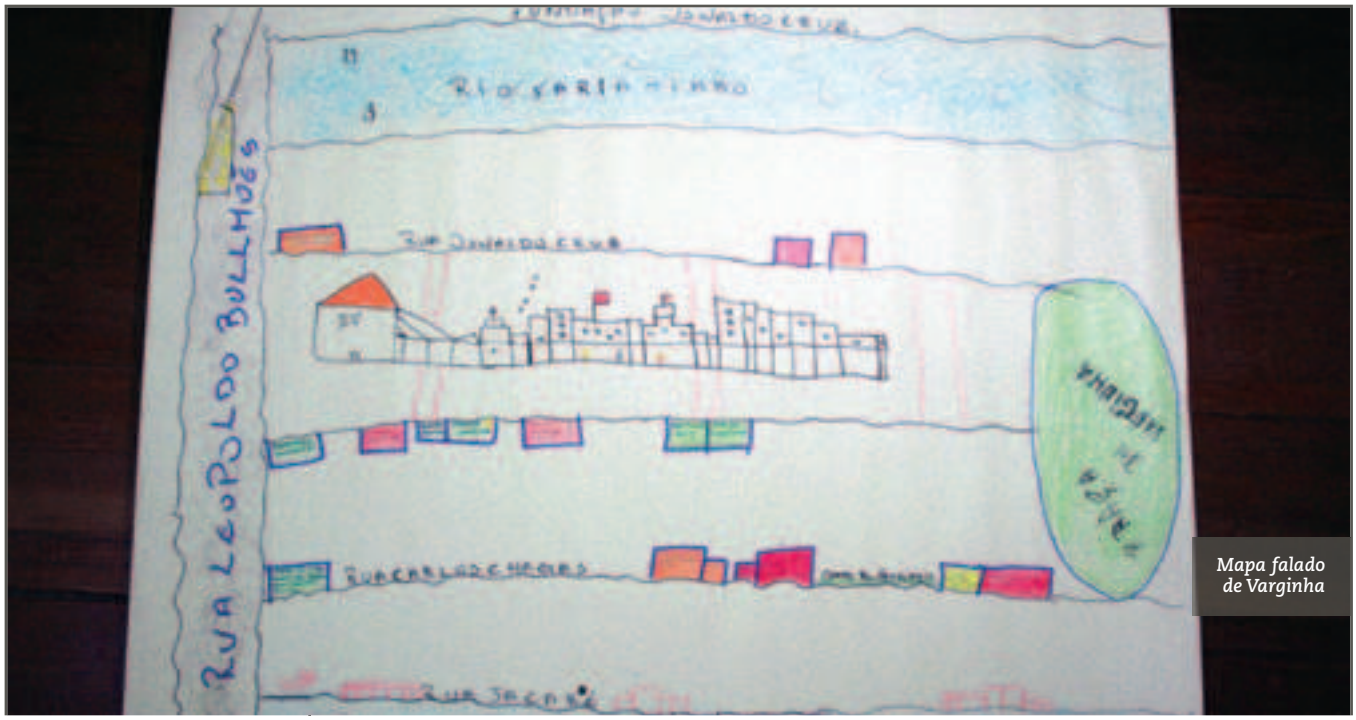
VISITA EXPLORATÓRIA E ARRUAMENTO

Antes de iniciar a aplicação dos formulários de pesquisa, fizemos uma visita exploratória à comunidade, com o objetivo de fazer um reconhecimento da área e pactuar os limites do território a ser pesquisado. Após esta visita, realizada com toda a equipe local de pesquisa, os agentes de pesquisa produziram um mapa da comunidade, utilizando a técnica do mapa falado ou mapa de memória.

Depois da visita exploratória dividimos os agentes por áreas para que realizassem o arruamento, isto é, um levantamento preliminar de todos os empreendimentos existentes no local. Como resultado desde processo, sistematizamos uma listagem, com 51 empreendimentos na Varginha e 184 em Vila Turismo, que nos serviu de guia para a aplicação dos formulários de pesquisa. Esta listagem nos levou a perceber a instabilidade dos empreendimentos da Varginha, pois, ao serem procurados posteriormente para realização das entrevistas, muitos haviam fechado e, por outro lado, alguns novos foram identificados. Muitos outros empreendimentos constituem apenas fontes de renda extra e, portanto, não possuem uma regularidade de funcionamento.

PRÉ-TESTE

Com base no arruamento, cada agente de pesquisa selecionou três empreendimentos para realizar o pré-teste do questionário. Posteriormente, fizemos uma avaliação deste processo e do instrumento de pesquisa. Todos os agentes destacaram como principal dificuldade o desconhecimento e descrença da comunidade em relação ao projeto. Apontaram a necessidade de divulgação prévia através de folder, banner, faixa etc., informando a comunidade sobre os objetivos do projeto e importância da pesquisa



Mapa falado de Varginha

para sua realização. Além disso, muitos moradores/empreendedores afirmaram não acreditar mais em projetos sociais, pois muitas promessas já foram feitas, muitos projetos iniciados, e pouco ou nada se viu de retorno para a comunidade

Um segundo seminário foi organizado para o compartilhamento da percepção dos agentes das quatro comunidades envolvidas no projeto, sobre o instrumento de pesquisa. Este encontro nos revelou a dificuldade de adaptação do questionário à realidade do território. Foi destacado pelos agentes de pesquisa que algumas perguntas do questionário não eram bem compreendidas pelos entrevistados. Estas perguntas foram modificadas para a construção da versão final do formulário de pesquisa.

Outra observação dos agentes foi em relação ao desconhecimento dos entrevistados sobre Economia Solidária, o que tornava inválida algumas perguntas. Na versão final, procuramos dar espaço para a elucidação do conceito de Economia Solidária, formulando algumas perguntas de forma que fornecessem informações sobre o tema ao entrevistado, tornando apto a responder as questões aqueles que não possuem intimidade com o conceito.

FLUXO DE INFORMAÇÕES

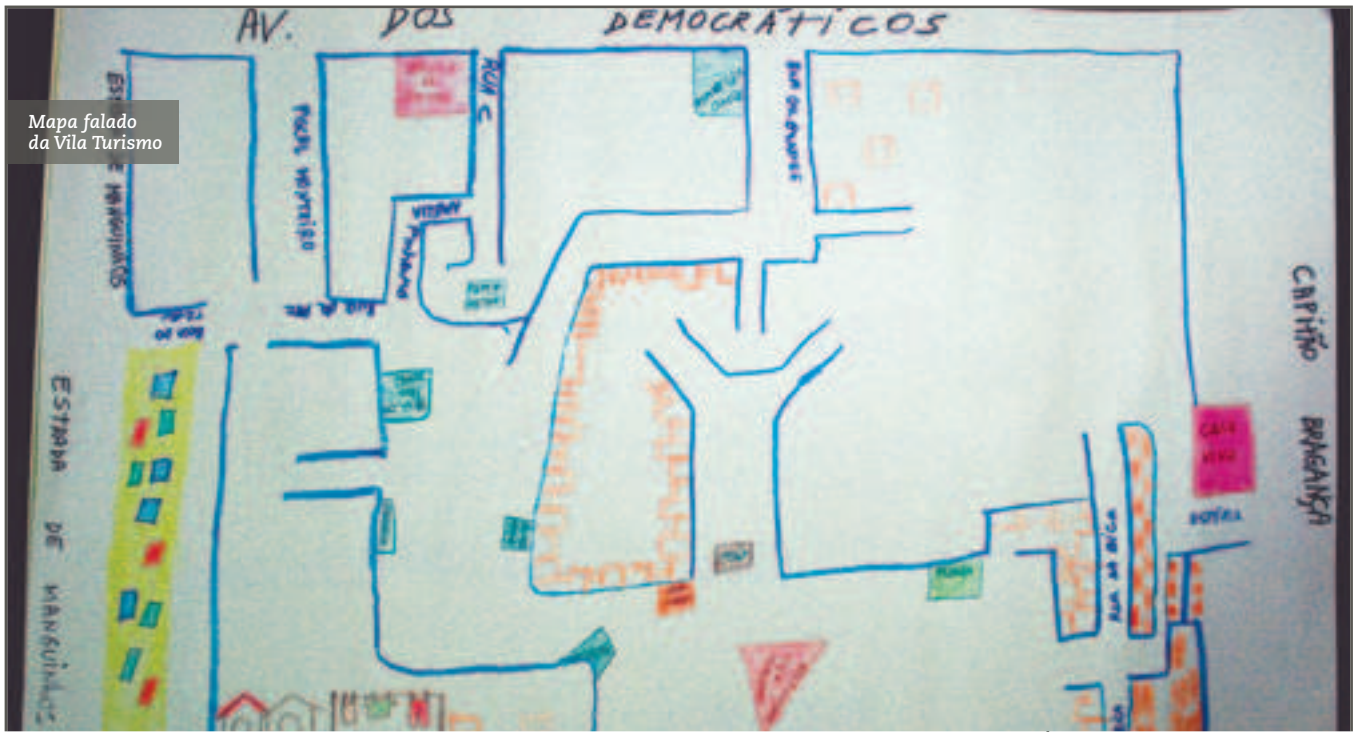
O controle da aplicação foi feito através da planilha de arruamento. Dos 51 empreendimentos listados da Varginha, conseguimos, ao final de dois meses, realizar 39 entrevistas. Não participaram da pesquisa 12 empreendimentos, por motivos diversos, por exemplo, porque o dono não foi encontrado, não quis ou não pode responder ou porque o empreendimento havia fechado. Em Vila Turismo, o arruamento mapeou 184 empreendimentos. Destes, 122 foram entrevistados.

EXPANSÃO DO TERRITÓRIO

Devido ao reduzido número de empreendimentos na Varginha, território inicialmente designado para realização da pesquisa, optamos por expandir a área da pesquisa. O novo território escolhido para a realização da pesquisa foi a comunidade de Vila Turismo. Tal escolha foi definida com base na consulta ao Comitê Local de Pesquisa, agentes locais de pesquisa e ao administrador do Ponto Solidário.

Sendo assim, após contato com o presidente da Associação de Vila Turismo, fizemos uma visita exploratória ao território. Em seguida, a equipe local foi dividida em 3 equipes, cada uma responsável por realizar o arruamento dos empreendimentos de um determinado 'recorte' do território.

A equipe foi, então, dividida, para que uma parte terminasse o levantamento na Varginha e outra parte iniciasse a pesquisa em Vila Turismo. Embora esta nova delimitação tenha dado bastante fôlego à pesquisa por causa da facilidade de encontrar empreendimentos, alguns agentes locais de pesquisa sentiram-se intimidados em circular pela comunidade devido à presença ostensiva de traficantes armados.



Mapa falado da Vila Turismo

DIFICULDADES ENFRENTADAS

A principal dificuldade do trabalho de campo foi a mobilização da comunidade para participação no projeto. Tratando-se de uma pesquisa que se pretende participativa, o envolvimento dos atores locais é uma condição necessária para o êxito do processo. Como o tema da pesquisa – a economia solidária – não é familiar aos moradores e empreendedores, portanto, não tem um apelo de mobilização por si só, um trabalho intensivo de divulgação e formação mostrou-se essencial. No entanto, com escassos recursos financeiros, infraestruturais e tempo, esse trabalho não pôde ser desenvolvido a contento. Devido a esse desconhecimento sobre o tema e sobre o projeto, os moradores que não são empreendedores (a maioria), não viam como poderiam participar e não percebiam o projeto como sendo destinado a um ganho comunitário. Portanto, não se sentiam beneficiários das ações do RIO ECOSOL. E mesmo os proprietários de empreendimentos não viam, a princípio, como seus empreendimentos podiam se beneficiar.

Além da falta de divulgação, os conflitos políticos internos ao Complexo de Manguinhos também contribuíram para a desconfiança da população. Segundo moradores, muitas vezes os projetos públicos são apropriados de forma indevida, e os benefícios distribuídos como forma de conseguir mais poder.

A descrença também se deve ao fato de muitos projetos e pesquisas serem desenvolvidos na comunidade de forma exploratória, sem que se perceba um resultado efetivo. Vários moradores e/ou empreendedores afirmaram não acreditar mais em projetos sociais, pois muitas promessas já foram feitas, muitos projetos iniciados, e pouco ou nada se viu de retorno para a comunidade, apesar do envolvimento da população local.

A falta de articulação entre as ações desenvolvidas pelos parceiros do Projeto foi outro aspecto negativo, pois algumas ações, se somadas, poderiam ter um resultado mais efetivo. No entanto, a ausência de uma instância cumpridora deste papel articulador, aliado à curta duração do projeto, fez com que as ações se dessem de forma independente, pois não havia como esperar os resultados de uma etapa para poder dar início a algumas ações.

Além disso, conseguir um bom nível constante de participação dos agentes e auxiliar de pesquisa constituiu-se um desafio a ser enfrentado cotidianamente. Inicialmente, a dificuldade de realização das entrevistas na Varginha e a falta de divulgação foram destacadas pelos agentes como fatores de desmotivação. Quando expandimos o projeto para Vila Turismo, tendo em vista a proximidade com o fim do projeto, alguns buscaram empregos mais estáveis e pediram desligamento do projeto, outros tentaram conciliar diversas atividades com o trabalho de agente de pesquisa, o que tornava difícil o trabalho em conjunto e gerava desmobilização dos outros agentes. Ao final do projeto, quase todos já estavam comprometidos com outros trabalhos.

Por fim, outra dificuldade enfrentada foi a presença ostensiva do tráfico. Alguns agentes de pesquisa afirmaram sentirem-se intimidados diante desse controle, o que dificultou a circulação para realização de entrevistas. Aqui, mais uma vez foi sentida a falta de uma divulgação massiva do Projeto, o que, segundo os agentes, facilitaria a circulação pela comunidade. Além disso, muitos dias de pesquisa foram impossibilitados por confrontos armados entre policiais e traficantes.


24h

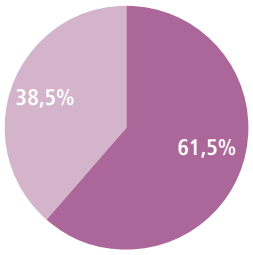
VARGINHA

Resultado da pesquisa quantitativa

A realidade de Manguinhos nas duas comunidades pesquisadas foi bastante diversa. Por não serem comunidades contíguas, permitindo somar os dados todos e analisá-los como um único território, foi necessário analisar cada área separadamente. Assim, com base em 39 questionários aplicados na Varginha e 122 questionários aplicados em Vila Turismo, apresentamos a seguir os principais resultados encontrados.

PERFIL DO ENTREVISTADO

Na comunidade da Varginha foram entrevistados 39 empreendedores. Em relação ao gênero, tivemos 38,5% de entrevistadas e 61,5% de entrevistados[56].



Perfil dos entrevistados, por sexo | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Em relação à escolaridade[57], cerca de 10% dos entrevistados têm apenas a quarta série incompleta, e 30,8% têm até 8ª série incompleta; quase 18% conseguiram terminar este segmento. Cerca de 41% dos entrevistados iniciaram o segundo grau e quase 26% concluíram esta escolaridade. Em relação ao nível superior, apenas um entrevistado chegou a iniciá-lo, mas não concluiu.

NÍVEL DE ESCOLARIDADE	No.	%
1ª a 4ª série incompleta	4	10,3
1ª a 4ª série completa	3	7,7
5ª a 8ª série incompleta	9	23,1
5ª a 8ª série completa	7	17,9
Segundo grau incompleto	6	15,4
Segundo grau completo	9	23,1
Superior incompleto	1	2,6
Total	39	100,0

Nível de escolaridade dos entrevistados | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.

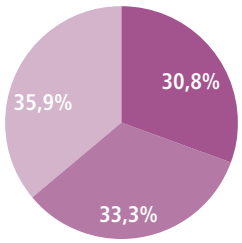
A idade média do entrevistado no período da pesquisa era de 41 anos, sendo que as entrevistadas tinham, em média, 46 anos, enquanto os homens tinham 39 anos em média.

MÉDIA	
Média geral	41 anos
Média dos homens	38 anos
Média das mulheres	46 anos

Média de idade dos entrevistados | Varginha. Fonte: Pesquisa direta Soltec/UFRJ, 2011.

56 Este percentual reflete a distribuição de gêneros dos entrevistados, e não necessariamente a dos proprietários de empreendimentos, na medida em que muitos dos empreendimentos possuem mais de um dono (como é o caso comum dos empreendimentos cujos sócios são marido e mulher) e apenas foi feita uma entrevista por empreendimento.
57 Apesar das mudanças ocorridas na seriação da escolaridade nos últimos anos, optamos pela forma mais conhecida entre os entrevistados, de modo a evitar confusões entre o modo como eles conheciam as séries enquanto estavam na escola e o modo atual, dividido em anos e segmentos.

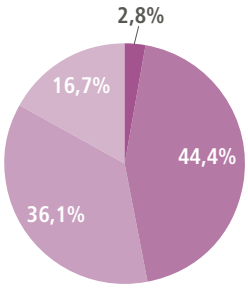
Em relação às faixas etárias, houve uma distribuição média entre elas. A maior parte dos entrevistados tem entre 19 e 34 anos (35,9%); a faixa seguinte representa 33,3% dos empreendedores. A faixa acima de 50 anos é a menor, com 30,8% dos empreendedores da Varginha.



Perfil etário dos entrevistados | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- 19 a 34 anos
- 35 a 49 anos
- Acima de 50 anos

A maioria dos entrevistados (52,8%) aufere com seus empreendimentos até um salário mínimo ao mês, sendo que 16,7% ganham até meio salário e cerca de 36% ganham entre meio e um salário. 44,4% auferem entre um e três salários mínimos. Apenas 2,8% (ou um entrevistado) conseguem rendimento entre três e cinco salários mínimos ao mês. Nenhum entrevistado afirmou alcançar mais de cinco salários mínimos por mês[58].



Rendimento médio mensal obtido pelo entrevistado com o empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Até meio salário mensal (até R$ 272,50)
- Entre meio e 1 salário mínimo (entre R$ 272,51 e R$ 545,00)
- Entre 1 e 3 salários mínimos (entre R$ 545,01 e R$ 1.635,00)
- Entre 3 e 5 salários mínimos (entre R$ 1.635,01 e R$ 2.725,00)

PERFIL DO EMPREENDIMENTO

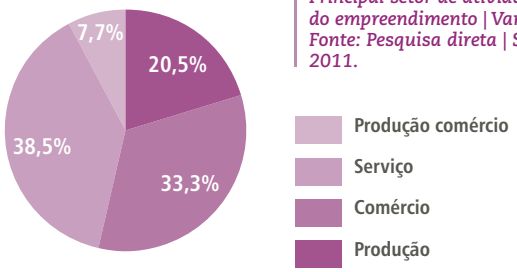
Os empreendimentos da Varginha têm, em média, 11 anos de existência, sendo que o empreendimento mais recente ainda não completou um ano e o mais antigo já tem 45 anos de atuação no território. A maioria (33,3%) tem entre 2 e 5 anos de existência, seguido pelos empreendimentos que têm entre 11 e 15 anos (23%) e pelos empreendimentos que têm entre 16 e 20 anos (15,4%). Observa-se que há uma distribuição maior entre o tempo de existência dos empreendimentos, que se separaram de forma bem equilibrada entre os intervalos de tempo considerados. O índice mais elevado na faixa que vai de 2 a 5 anos, que corresponde ao intervalo entre os anos 2006 e 2009, pode ter alguma relação com as obras do PAC na comunidade, iniciadas em 2008, uma vez que melhoraram a infraestrutura e outros aspectos no local, constituindo fator favorável para o desenvolvimento do comércio local.

TEMPO DE EXISTÊNCIA	No.	%
Até 1 ano	3	7,7
Entre 2 e 5 anos	13	33,3
Entre 6 e 10 anos	4	10,3
Entre 11 e 15 anos	9	23,1
Entre 16 e 20 anos	6	15,4
Acima de 30 anos	4	10,3
Total	39	100,0

Tempo de existência do empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

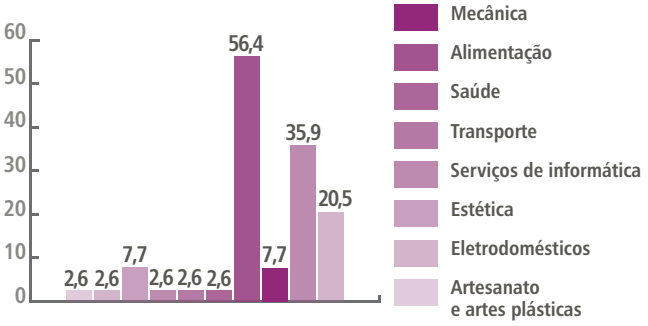
58 Aqui vale ressaltar que não se trata do "faturamento" do rendimento, mas quanto o entrevistado consegue auferir (ou retirar) para si próprio como pagamento por seu trabalho.

Em relação ao setor de atividade, a maioria dos empreendimentos atua no setor de comércio, que agrega 38,5%, seguido pelo setor de serviços, com 33,3% dos empreendimentos. Os setores de produção e comércio agregam 20,5% dos empreendimentos e 7,7% são somente de produção (equivalente a três empreendimentos).



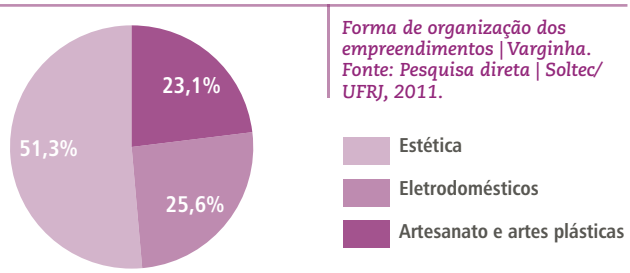
Principal setor de atividade do empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Em relação aos ramos de atuação[59] destaca-se o setor de alimentação, com 56% dos empreendimentos seguido pelo ramo de bebidas (35,9%). É possível que muitos dos empreendimentos do ramo de alimentação também atuem no ramo de bebidas, principalmente quando estão no setor de comércio. É o caso dos bares e mercearias locais. Na Varginha destacaram-se também os empreendimentos voltados para o setor de vestuário, que representa oito empreendimentos (20,5%), sendo um deles a cooperativa de costura, que agrega várias produtoras do local.



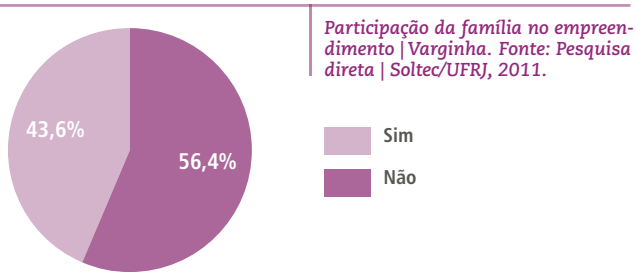
Ramos de atuação | empreendimentos da Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Em relação à sua forma de organização, percebemos que 51% dos empreendimentos são negócios individuais, seguidos dos grupos de produção e/ou serviços informais não familiar (25,6%) e dos empreendimentos familiares (23%)[60]. Apenas uma cooperativa foi entrevistada.



Forma de organização dos empreendimentos | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Ainda em relação à participação da família nestes empreendimentos, 43,6% dos entrevistados afirmaram que contam com o apoio de algum membro da família, tanto de forma remunerada quanto não remunerada.



Participação da família no empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

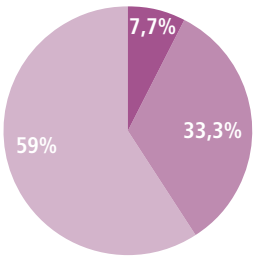
Em relação à forma de participação, seis (35,3%) entrevistados disseram que a família ajuda de vez em quando, porém sem remuneração; sete deles (41,2%) disseram que os familiares trabalham no empreendimento e recebem um salário mensal para tal.

FORMA COMO A FAMÍLIA PARTICIPA	No.	%
Ajudam apenas de vez em quando e não recebem nenhum pagamento	6	35,3
Ajudam de vez em quando e recebem uma ajuda de custo ou mesada para suas despesas, mas não recebem pagamento	2	11,8
Trabalham no negócio/empreendimento e recebem um pagamento/salário mensal	7	41,2
Trabalha regularmente, mas não tem remuneração ou tem o pagamento das despesas cobertas pelo dono ou empreendimento	2	11,8
Total	17	100,0

Forma de participação da família no empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

59 Pela possibilidade de um mesmo empreendimento atuar em mais de um ramo, a soma referente aos ramos não fecha em 100%.
60 Foram considerados empreendimentos familiares apenas aqueles em que todos os trabalhadores pertenciam à mesma família.

Na Varginha, os empreendimentos entrevistados ocupam um total de 73 pessoas, com uma média de 1,9 empregados por empreendimento. O empreendimento com maior número de pessoas ocupadas tem oito trabalhadores. Os empreendimentos que ocupam apenas uma pessoa são a maioria, com 59%; 33% dos empreendimentos têm entre 2 e 3 pessoas, e apenas 7,7% possui entre 4 e 10 trabalhadores.



Quantidade de pessoas que trabalham no empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.

- 1 pessoa
- 2 a 3 pessoas
- 4 a 10 pessoas

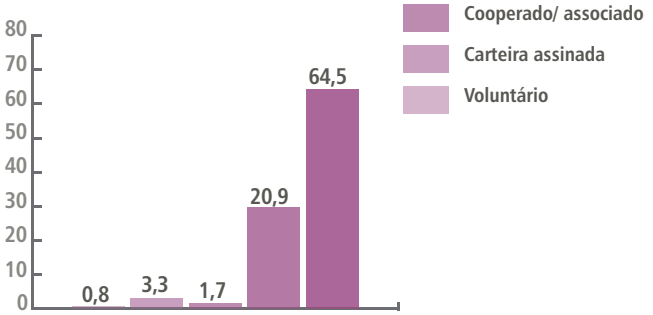
Em relação ao gênero das pessoas ocupadas no empreendimento, percebe-se que ocupam mais mulheres, que representam 53,4%.

QUANTIDADE DE PESSOAS QUE TRABALHAM NO EMPREENDIMENTO	No.	%
Homens	34	46,6
Mulheres	39	53,4
Total	73	100,0

Pessoas que trabalham no empreendimento, por sexo | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.

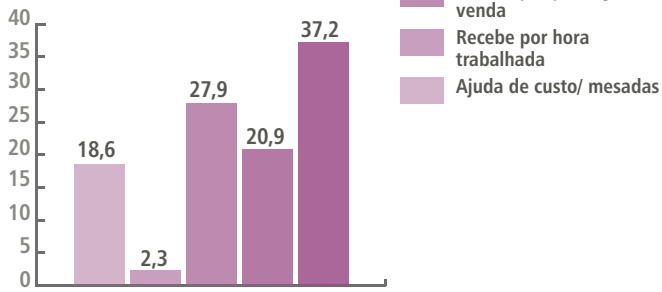
Em relação ao vínculo empregatício, nenhum entrevistado afirmou ter empregados com carteira assinada. Os empreendimentos que não têm funcionários (66,7%) – o que corresponde à maior parte dos empreendimentos – são aqueles conduzidos apenas pelo proprietário ou por sócios. Cerca de 28% dos empreendimentos tem trabalhadores informais e 5,1% afirmaram que têm trabalhadores associados ou cooperados. Dois entrevistados afirmaram que têm trabalhadores voluntários, que ajudam no empreendimento (2,6%).

Vínculo dos trabalhadores no empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Em relação à forma de remuneração, 46,2% dos empreendedores afirmaram pagar um salário fixo e outros 46,2% empreendimentos paga seus trabalhadores por produção. Em cerca de 15% dos empreendimentos os empregados recebem por rateio (pode ser o caso das sociedades, por exemplo, e empreendimentos familiares).

Forma de remuneração das pessoas que trabalham no empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.



A maioria das pessoas que trabalha nos empreendimentos recebe entre um e três salários mínimos (45,5%). Cerca de 36% recebem entre meio e um salário e 18% recebem menos de meio salário[61].

MÉDIA DE RENDIMENTO DAS PESSOAS QUE TRABALHAM NO NEGÓCIO/ EMPREENDIMENTO	No.	%
Até meio salário mensal (até R$ 272,50)	2	18,2
Entre meio e 1 salário mínimo (entre R$ 272,51 e R$ 545,00)	4	36,4
Entre 1 e 3 salários mínimos (entre R$ 545,01 e R$ 1635,00)	5	45,5
Total	11	100,0

Média de rendimento das pessoas no empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.

GESTÃO DO EMPREENDIMENTO

Foram feitas algumas perguntas para se pensar os modos como são geridos os empreendimentos. Assim, perguntamos para os entrevistados cujos empreendimentos não eram individuais se costumavam consultar outras pessoas na tomada de decisões. Quase 47% dos entrevistados costumam consultar a família, enquanto 33,3% consultam seus sócios. Quatro empreendedores disseram que consultam seus funcionários[62].

PESSOAS A QUEM O COSTUMA CONSULTAR NA HORA DE TOMAR DECISÕES SOBRE O EMPREENDIMENTO	No.	%
Família	7	46,7
Sócios/coletivo de coordenação/gestão	5	33,3
Funcionários	4	26,7

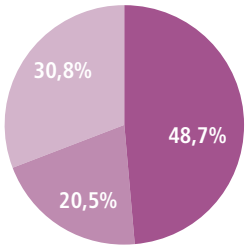
Quem o entrevistado consulta para tomar decisões sobre o empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Em relação à frequência com a qual o empreendedor se reúne com o grupo para tomar decisões, ficou indicado que as consultas são frequentes, o que demonstra que o empreendedor não decide sozinho o rumo do seu negócio ou empreendimento: três (27%) disseram que o fazem menos de uma vez ao mês; sete (64%) afirmaram que o fazem de uma a duas vezes por semana; e um empreendedor (9%) afirmou se reunir de três a quatro vezes ao mês com o grupo para tomar decisões.

FREQUÊNCIA COM QUE O GRUPO SE REÚNE PARA TOMAR DECISÕES	No.	%
Menos de uma vez por mês	3	27,3
De uma a duas vezes por semana	7	63,6
De três a quatro vezes por mês	1	9,1
Total	11	100,0

Frequência com que o grupo se reúne para tomar decisões | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

A totalidade dos empreendimentos da Varginha não possui registro ou CNPJ. Uma ligeira maioria (51%) afirmou que tem interesse em registrar (ou formalizar) o negócio/empreendimento, sendo que 30,8% têm muito interesse e 20,5% têm pouco interesse. Um percentual bastante relevante de quase metade dos entrevistados afirmou, porém que não tem interesse em se formalizar (48,7%).



Grau de interesse em registrar o empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.

Sim, tem muito interesse
Sim, mas tem pouco interesse
Não tem interesse

61 Esta pergunta foi feita apenas para os empreendimentos que possuem funcionários, excluindo-se os donos e sócios. De todo modo, seus resultados fornecem indicativos da faixa de salários pagos pelos empreendimentos da Varginha.
62 Pergunta de múltiplas respostas. Por isso o percentual não fecha em 100%.

Entre os entrevistados que disseram ter interesse em se formalizar, doze (60%) disseram que gostariam de ter um negócio "correto"; cinco (25%) disseram que isso permitiria negociar melhor com fornecedores e compradores; dois (10%) afirmaram que assim teriam acesso ao crédito; e um que poderia ter acesso a benefícios do governo.

PRINCIPAL RAZÃO PARA QUERER REGISTRAR O NEGÓCIO/EMPREENDIMENTO	No.	%
Para ficar com o negócio correto	12	60,0
Para negociar o melhor com fornecedores e compradores/consumidores	5	25,0
Para conseguir/ter acesso ao crédito/empréstimos	2	10,0
Para ter acesso a programas de investimentos/benefícios do governo	1	5,0
Total	20	100,0

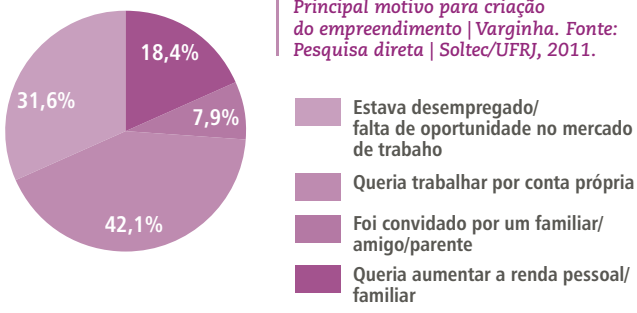
Principal razão para querer registrar o empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.

Entre os entrevistados que disseram não ter interesse na formalização, sete (46,7%) acharam que não seria vantajoso para o empreendimento; três que os impostos são muito altos; dois afirmaram que pretendem fechar o negócio ou se aposentar.

RAZÃO PARA DESINTERESSE EM REGISTRAR O EMPREENDIMENTO	No.	%
Por causa dos impostos que são muito altos	3	20,0
É apenas um trabalho temporário	1	6,7
Não acha que seria vantajoso para o eu negócio/não me beneficiaria	7	46,7
Os seus serviços/produtos ficariam mais caros	1	6,7
Nunca tive informações a respeito	1	6,7
Pretender fechar o negócio/ se aposentar	2	13,3
Total	15	100,0

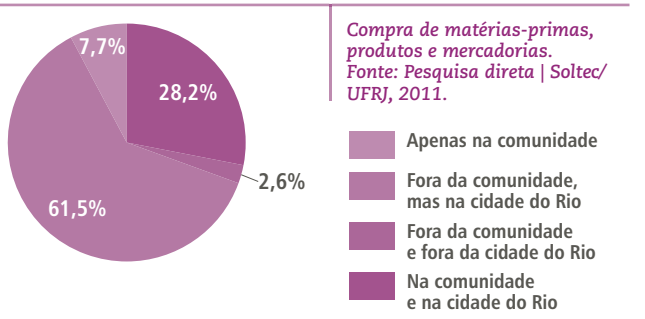
Razão para desinteresse em registrar o empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.

Entre as razões apontadas para o surgimento do empreendimento, o principal foi o desejo de trabalhar por conta própria (42,1%); seguido pelo desemprego e a falta de oportunidade no mercado de trabalho (31,6%). Aumentar a renda familiar também foi um fator importante (18,4%).



Principal motivo para criação do empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Em relação ao local onde o empreendedor costuma comprar matérias-primas e insumos para o empreendimento, a maioria (61,5%) compra fora da comunidade, mas na cidade do Rio. Apenas 7,7% compram seus insumos ou matérias-primas exclusivamente na comunidade e; 28,2% compram tanto na comunidade como em outros locais da cidade do Rio.



Compra de matérias-primas, produtos e mercadorias. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/ UFRJ, 2011.

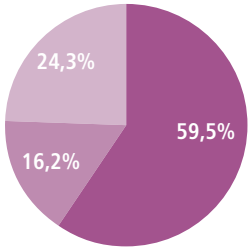
A quase totalidade dos entrevistados compra suas matérias-primas ou insumos individualmente. Apenas um entrevistado disse também fazer coleta e outro informou também fazer troca de produtos.[63]

FORMA COMO É ADQUIRIDA A MATÉRIA PRIMA/PRODUTOS	No.	%
Compra individualmente	38	97,4
Troca	1	2,6
Coleta	1	2,6

Forma como é adquirida a matéria prima do empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

63 Percentual calculado sobre o total de pessoas que responderam "sim" para a modalidade de aquisição de matérias-primas ou insumos. Pergunta de múltiplas respostas.

Perguntamos aos entrevistados se havia interesse em participar de grupos de compras coletivas. A maioria (59,5%) não demonstrou interesse; cerca de 24% disseram ter muito interesse e 16,2% afirmaram ter pouco interesse.



Interesse em participar de grupos de compra coletiva | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

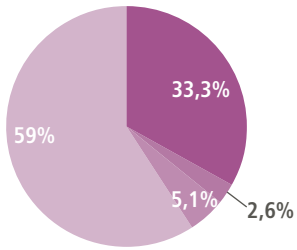
Sim, tem muito interesse
Sim, mas tem pouco interesse
Não tem interesse

Todos os empreendimentos realizam venda direta ao consumidor de seus produtos ou serviços. Além disto, quatro entrevistados afirmaram que vendem seus produtos para revendedores e um disse que também vendia para empreendimentos de economia solidária.

FORMA COMO É FEITA A COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS E/OU SERVIÇOS DO NEGÓCIO/ EMPREENDIMENTO	No.	%
Venda direta ao consumidor	39	100,0
Venda a revendedores/atacadistas/empresas em geral	4	10,3
Vendas a empreendismentos de Economia Solidária	1	2,6

Forma de comercialização dos produtos/serviços | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

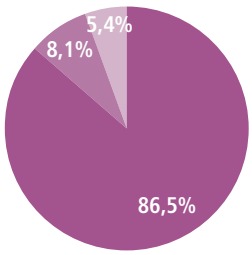
A principal praça de comercialização é a própria comunidade (59% das respostas), seguido por empreendedores que escoam seus produtos tanto na comunidade quanto na cidade do Rio de Janeiro (33,3%). Dois empreendedores escoam seus produtos ou serviços para locais fora da comunidade, porém na cidade do Rio (7,1%) e um vende para fora da comunidade e da Cidade (2,6%).



Destino de venda de produtos/ serviços | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.

Apenas na comunidade
Fora da comunidade, mas na cidade do Rio
Fora da comunidade e fora da cidade do Rio
Na comunidade e na cidade do Rio

Sobre o interesse em realizar trocas[64] ou permutas de mercadorias e serviços, a maioria dos empreendedores (86,5%) afirmou não ter interesse; entre os que afirmaram ter interesse 5,4% disseram ter muito e 8,1% disseram ter pouco interesse.



Interesse em realizar troca ou permuta de mercadorias e serviços | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/ UFRJ,2011.

Sim, tem muito interesse
Sim, mas tem pouco interesse
Não tem interesse

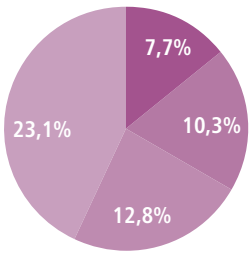
Sobre os espaços de comercialização de produtos e serviços, a maioria dos entrevistados possui espaço próprio (48,7%); treze informaram que também realizam entrega direta para o cliente (33,3%); e doze afirmaram que comercializam em espaços de terceiros (30,8%).[65]

PRINCIPAIS LOCAIS ONDE SE COMERCIALIZA OS PRODUTOS E/OU SERVIÇOS	No.	%
Lojas/espaços de terceiros	12	30,8
Lojas/espços própios	19	48,7
Espaços de venda coletivos	1	2,6
Entrega direta a clientes	13	33,3
Feiras livres frequentes	1	2,6
Feiras e exposições eventuais/especiais	1	2,6
Ambulante	4	10,3
Outros	1	2,6

Principais locais de comercialização dos produtos /serviços | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

64 Pergunta feita apenas para os entrevistados que afirmaram que não faziam troca ou permuta.
65 Pergunta de múltiplas respostas. Percentual calculado com base no total de entrevistados que responderam "sim" para a opção de resposta.

Dentre as cinco principais dificuldades para o empreendimento, os entrevistados citaram a falta de espaço adequado (23,1%) como a principal dificuldade do empreendimento, seguido de falta de infraestrutura adequada na própria comunidade (12,8%). A informalidade (10,3%) e o pouco movimento (10,3%) também foram citados. O custo de manutenção do empreendimento foi citado por três entrevistados (7,7%).

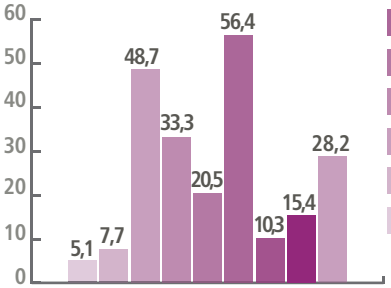


Principais dificuldades dos empreendimentos | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ,2011.

- Falta de espaço adequado
- Falta de infraestrutura adequada na comunidade
- Infomalidade e pouco movimento
- Custo de manutenção do empreendimento (maquinário, custos fixos, aluguel, etc)

Percebe-se pela distribuição e pelos percentuais mais altos que os empreendimentos geram diferentes tipos de resíduos. A maioria consiste em plásticos (56,4%); seguido de lixo orgânico (48,7%); papéis (33,3%) e óleo de cozinha (20,5%)[66].

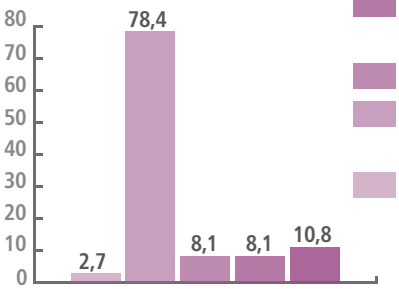
Tipo de resíduo/lixo/sobras de materiais gerados pelo empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



- Latas de alumínio
- Vidros
- Outros meteriais
- Plásticos
- Óleo de cozinha
- Papel
- Orgânicos
- Textil
- Tinta

Estes resíduos são todos recicláveis, mas a maior parte dele é recolhida pelo sistema de coleta de lixo da cidade do Rio (78,4%). Apesar do potencial para reaproveitamento, apenas 10,8% dos resíduos são doados; outros 8,1% são reaproveitados no próprio empreendimento; bem como 8% são vendidos. Um entrevistado disse jogar o resíduo em terreno baldio (2,7%).

Destino do resíduo/lixo/sobras de materiais gerados pelo empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



- Os recicláveis são doados a algum trabalhador/ organização
- Os recicláveis são reaproveitados no próprio empreendimento
- Os recicláveis são vendidos
- Os resíduos são coletados normalmente pela prefeitura /gari comunitário/caçamba
- Jogados em terreno baldio/ rios

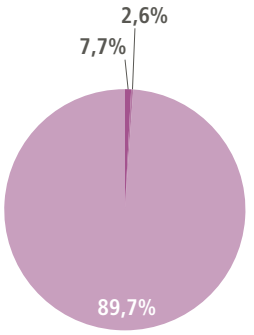
Os entrevistados apontaram que a divulgação do empreendimento[67] raramente é feita de forma estruturada. Os empreendimentos contam principalmente com a divulgação feita boca a boca, citada por 79,5% do total de empreendimentos. Apenas dois empreendimentos utilizam material impresso e um deles utiliza carro de som.

LOCAIS ONDE FAZ A DIVULGAÇÃO DOS PRODUTOS/SERVIÇOS	No.	%
Cartazes, catálogos, folders e panfletos	2	5,1
Jornais e revistas	0	0,0
Rádios comerciais e eductivas	0	0,0
Rádios comunitárias	0	0,0
Feiras e exposições eventuais	0	0,0
Divulgação "boca a boca"	31	79,5
Carro de som	1	2,6
Internet	0	0,0
Outra	1	2,6
Total de entrevistados	39	100,0

Divulgação do empreendimento, por veículo de divulgação | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

66 Percentual calculado sobre o número de respostas positivas para o resíduo citado.
67 Percentual calculado sobre o número de respostas positivas para o meio de divulgação citado.

A maioria dos empreendedores usou capital próprio para iniciar seu empreendimento (89,7%). Apenas cerca de 2,6% contaram com recursos de empréstimos, sendo que 7,7% usaram ainda seu próprio recurso, além do emprestado.

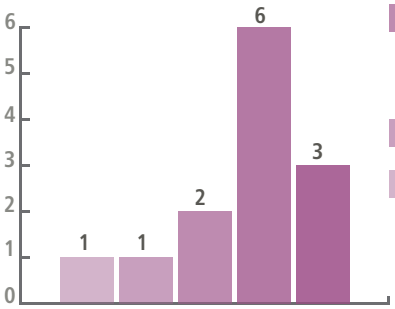


Origem dos recursos financeiros para iniciar o empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Do entrevistado/dono/sócios
- Empréstimo(s) e/ou financiamento(s)
- Próprio e empréstimo

Apenas oito entrevistados receberam algum tipo de apoio ou assessoria para iniciar o seu empreendimento. Entre os que receberam, seis tiveram apoio para qualificação profissional; três para assistência técnica; dois para diagnóstico e planejamento contábil; um para formalização do empreendimento e outro para desenvolver a qualidade do seu produto.

Formas de apoio que o empreendimento recebeu | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



- Assistência técnica
- Qualificação profissional
- Diagnóstico, planejamento e análise de viabilidade econômica/qualificação gerencial, administrativa e contábil
- Assessoria na constituição, formalização ou registro
- Assessoria para desenvolver a qualidade do produto

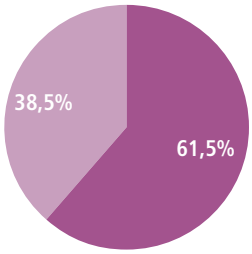
Desses oito empreendimentos que afirmaram ter recebido algum apoio, metade deles não pagou pela assessoria que recebeu; outros dois pagaram por alguns e dois pagaram por todas as assessorias.

PAGOU POR ESSES APOIOS ?	No. empr.
Paguei por todos	2
Paguei por alguns, outros foram gratuitos	2
Não paguei por nenhum	4
Total	8

Pagamento pelo apoio recebido | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Entre as instituições que apoiaram os empreendimentos, foram citados o Sistema "S", órgãos governamentais, ONGs e cooperativas de técnicos. Não foram citados apoios de universidades ou sindicatos.

Sobre o apoio técnico, 61,5% dos entrevistados avaliam que seu empreendimento não necessita, enquanto 38,5% (equivalente a 15 entrevistados) gostariam de ter esse apoio.

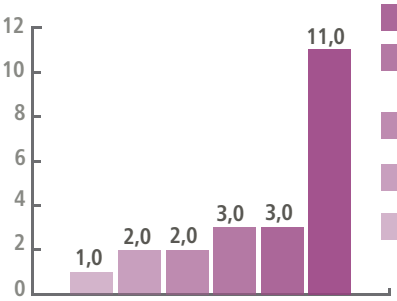


Necessidade de apoio técnico | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Sim
- Não

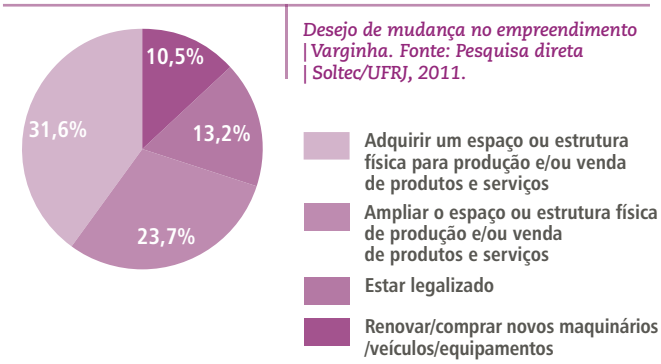
Em relação ao tipo de apoio técnico que necessitariam, as maiores demandas foram por assistência técnica para manutenção de equipamentos, demandada por onze entrevistados.

Tipo de apoio técnico que o empreendimento necessita | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



- Assistência técnica (manutenção de equipamentos)
- Qualificação profissional
- Assessoria em marketing e na comercialização de produtos e serviços
- Qualificação gerencial, administrativa e contábil
- Assessoria na constituição, formalização ou registro
- Assessoria para desenvolver a qualidade do produto

Adquirir um espaço próprio foi a mudança mais desejada pelos entrevistados para seus empreendimentos nos próximos anos (31,6%); seguido pela necessidade de ampliação da estrutura física já existente (23,7%). Legalizar o empreendimento também foi uma mudança desejada por 13% dos entrevistados, bem como a renovação do maquinário (10,5%)[68].



Desejo de mudança no empreendimento | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

RELAÇÃO DO EMPREENDIMENTO COM O TERRITÓRIO

Neste sentido, um primeiro aspecto não tão favorável a destacar é que a totalidade dos entrevistados na Varginha informou que seu negócio ou empreendimento não faz parte de nenhuma rede ou fórum de articulação na comunidade ou no território. Além disso, apenas quatro dos empreendimentos (cerca de 10%) afirmaram colaborar de alguma forma com atividades voltadas para o desenvolvimento da comunidade.

Na Varginha, onze entrevistados disseram participar de grupos religiosos e um entrevistado afirmou que participa de um projeto escolar na própria comunidade.

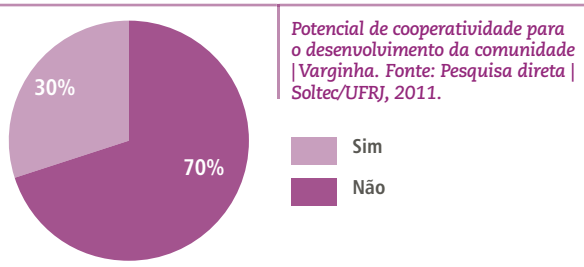
A pesquisa levantou que cerca de 20% (oito entrevistados) participam individualmente de alguma atividade que contribua para o desenvolvimento da comunidade.

Entre aqueles que afirmaram contribuir de alguma forma, dois disseram que apoiam atividades religiosas; e outros dois que apoiam atividades comunitárias, enquanto um disse que apoia ações educativas. Três entrevistados não mencionaram qual tipo de atividade desenvolvem.

FORMA COMO CONTRIBIU COM A COMUNIDADE	No.	%
Apoio a ações religiosas	2	25,0
Apoio a ações educativas	1	12,5
Apoio a ações comunitárias	2	25,0
Não identificadas	3	37,5

Forma como contribui com a comunidade. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Em relação ao possível envolvimento daqueles que disseram que não participavam de ações para o desenvolvimento da comunidade, 70% (ou vinte e um entrevistados) afirmaram não ter interesse em se envolver em atividades comunitárias.



Potencial de cooperatividade para o desenvolvimento da comunidade | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

As principais razões alegadas pelos que disseram que não gostariam de colaborar com atividades em sua comunidade foram: falta de tempo (46,7%); e problemas de relacionamento na própria comunidade (26,7%).

OS MOTIVOS DO PORQUÊ NÃO GOSTARIA DE COLABORAR COM A SUA COMUNIDADE	No.	%
Falta de tempo	7	46,7
Problemas de relacionamento com/ entre as pessoas da comunidade	4	26,7
Não pretende permanecerna comunidade	1	6,7
Outro	3	20,0
Total	15	100,0

Motivo para não ter desejo de colaborar com a comunidade. Fonte: Pesquisa direta – Soltec/UFRJ, 2011.

Entre os que manifestaram interesse em participar de atividades comunitárias, dois disseram que poderiam apoiar oferecendo capacitação profissional; e dois disseram que poderiam apoiar ou promover eventos culturais ou desportivos.

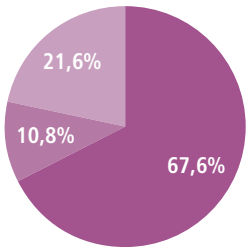
68 As demais opções foram: ampliar as redes de venda e comercialização, com 5,3%; outros dois entrevistados (5,3%) disseram que não desejam ver nenhuma mudança; três (7,9%) assinalaram que não pretendem manter seu empreendimento e outra opção não citada correspondeu a 2,6% (um entrevistado).

FORMA COM QUE PODERIA COLABORAR COM A COMUNIDADE	No.	%
Ensinando o que sabe / oferecendo capacitação profissional	2	25,0
Promovendo eventos culturais/ esportivos	2	25,0
Participando de projetos educativos	1	12,5
Promovendo o comércio local / gerando trabalho com renda	1	12,5
Outro	2	25,0
Total	8	100,0

Forma como acredita poder colaborar com a comunidade. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

POTENCIAL DE COLABORAÇÃO

Na opinião da maioria dos entrevistados (67,6%), as pessoas na Varginha não são colaborativas entre si. Apenas 21,6% acreditam que as pessoas colaboram entre si por causa dos seus objetivos comuns; enquanto 10,8% acreditam que as pessoas colaboram, porém pensando em seus próprios interesses.

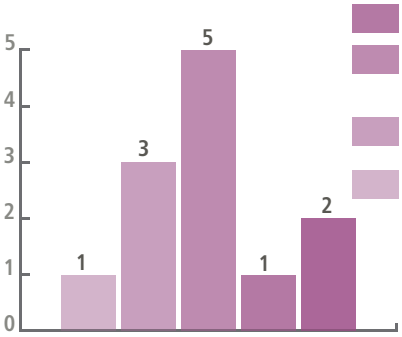


Potencial colaborativo comunitário | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

São colaborativas umas com as outras por causa dos objetivos comuns
São colaborativas umas com as outras mas somente por interesses próprios
As pessoas são colaborativas

Em relação à forma como os entrevistados percebem que as pessoas na Varginha colaboram umas com as outras, a mais citada foi "realizando doações"; seguido por "ajuda em caso de doenças".

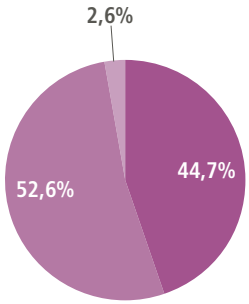
Forma como as pessoas colaboram umas com as outras | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Cooperando em situações de calamidade (enchentes, incêndios,etc)
Promovendo o comércio local
Realizando doações/ prestando serviços para quem precisa
Socorrendo em caso de doença/ ajudando em sepultamentos
Como forma de receber algo em troca

INTERESSE NA ECONOMIA SOLIDÁRIA

A maioria dos empreendedores entrevistados afirmou que sabia o que era economia solidária (55,3%), sendo que um (2,6%) disse que também praticava economia solidária em seu empreendimento.

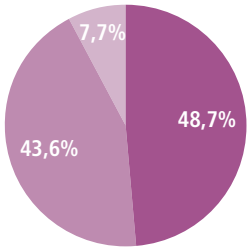


Conhecimento sobre economia solidária pelo entrevistado | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Sei e já pratico
Sei, mas não pratico
Não tenho conhecimento

Foi feita uma breve explicação para os entrevistados que não conheciam os princípios de economia solidária.

Entre os entrevistados 7,7% disseram ter muito interesse em participar de iniciativas de economia solidária; 43,6% disseram que tinham algum interesse e cerca de 49% responderam que não tinham interesse.

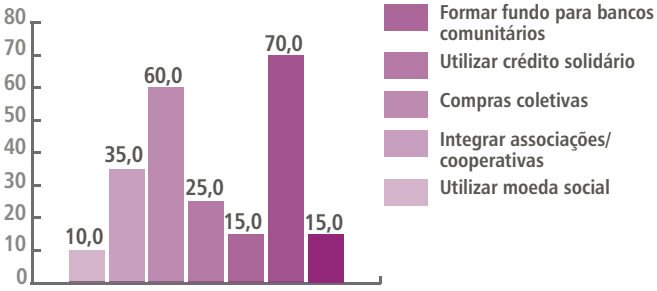


Interesse em participar de iniciativas de economia solidária | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Muito interesse
Algum interesse
Nenhum interesse

A maioria dos entrevistados gostaria de participar de feiras/festivais de troca (70%); outro item citado foi a possibilidade de participar de compras coletivas (60%) e de integrar associações e cooperativas (35%) ou ainda de utilizar crédito solidário (25%).

Forma como gostaria de participar de iniciativas de economia solidária | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Dentre os que não manifestaram interesse, a razão apontada por cinco empreendedores foi a falta de percepção sobre como adaptar seus empreendimentos a este tipo de iniciativa; seguido de quatro que acreditam que poderiam ter prejuízos financeiros; e três que não têm informações sobre o assunto. O conjunto de respostas revela que podem faltar mais informações sobre iniciativas deste tipo, daí a resistência dos empreendedores.

PRINCIPAL RAZÃO PELA QUAL NÃO GOSTARIA DE PARTICIPAR DE UMA INICIATIVA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA	No.	%
Acha que não traria vantagens para o negócio/ empreendimento	2	12,5
Poderia ter prejuízos financeiros	4	25,0
Não vê como o seu negócio/empreeendimento se adaptaria a esta iniciativa	5	31,3
Não tem informação sobre o assunto	3	18,8
Outra	1	6,3
Desinteresse em continuar no empreendimento	1	6,3
Total	16	100,0

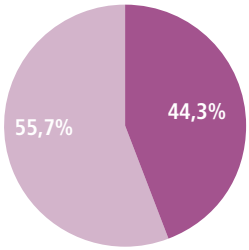
Razão pela qual não tem interesse em participar de uma iniciativa de economia solidária | Varginha. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/ UFRJ, 2011.

VILA TURISMO

Resultado da pesquisa quantitativa

PERFIL DO ENTREVISTADO

Em Vila Turismo foram entrevistados um total de 122 empreendedores. Em relação ao gênero, as mulheres foram a maioria das entrevistadas, representando 55,7% do total[69].



Perfil dos entrevistados, por sexo | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Em relação à escolaridade[70], 50% dos entrevistados não completaram o ensino fundamental. Dentre estes, a maioria chegou a completar a 5ª série, mas parou de frequentar a escola antes de concluir a oitava série (28,7%). Cerca de 11% dos entrevistados completaram a oitava série e pararam aí seus estudos. 36% iniciaram o segundo grau: do total, 23% concluíram o segundo grau e 4,1% (equivalente a cinco entrevistados) iniciaram o nível superior. Destes, apenas três concluíram este nível de ensino.

ESCOLARIDADE	No.	%
Sem instrução formal	4	3,3
1ª a 4ª série incompleta	12	9,8
1ª a 4ª série completa	10	8,2
5ª a 8ª série incompleta	35	28,7
5ª a 8ª série completa	14	11,5
Segundo grau incompleto	14	11,5
Segundo grau completo	28	23,0
Superior incompleto	2	1,6
Superior completo	3	2,5
Total	122	100,0

Nível de escolaridade dos entrevistados | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

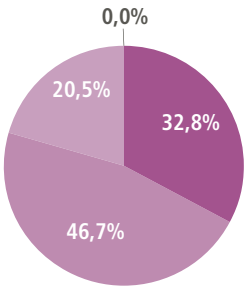
69 Este percentual não reflete necessariamente a distribuição de gêneros dos proprietários dos empreendimentos em Vila Turismo, mas apenas a distribuição de gêneros dos entrevistados, e não necessariamente a dos proprietários de empreendimentos, na medida em que muitos dos empreendimentos possuem mais de um dono (como é o caso comum dos empreendimentos cujos sócios são marido e mulher) e apenas foi feita uma entrevista por empreendimento.
70 Apesar das mudanças ocorridas na seriação da escolaridade nos últimos anos, optamos pela forma mais conhecida entre os entrevistados, de modo a evitar confusões entre o modo como eles conheciam as séries enquanto estavam na escola e o modo atual, dividido em anos e segmentos.

A idade média do entrevistado no período da pesquisa era de 44,5 anos, sendo que, em média, as entrevistadas tinham 46 anos, enquanto os homens tinham 43 anos.

MÉDIA	
Média geral	44,5 anos
Média dos homens	46 anos
Média das mulheres	43 anos

Média de idade dos entrevistados | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

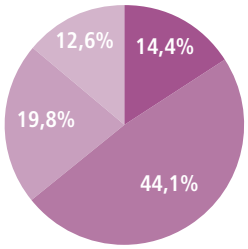
Em relação às faixas etárias, 32,8% dos entrevistados tem idade acima de 50 anos. A maioria (46,7%), no entanto, está situada entre 35 e 49 anos, como a média de idade já indicou. Um percentual menor (20,5%) tem entre 19 e 34 anos.



Perfil etário dos entrevistados | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Até 18 anos
- 19 a 34 anos
- 35 a 49 anos
- Acima de 50 anos

A maioria dos entrevistados (44,1%) aufere com seus empreendimentos entre um e três salários mínimos e cerca de 14% conseguem obter entre três e cinco salários. 9% chegam a ganhar acima de cinco salários mínimos mensais. Porém, cerca de 32% ganham até um salário mínimo, sendo que 12,6% não ganham mais do que meio salário mínimo por mês[71].



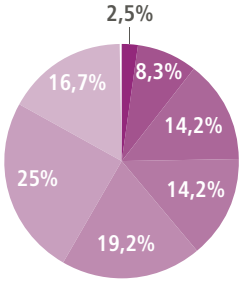
Rendimento médio mensal obtido pelo entrevistado com o empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Até meio salário mensal (até 272,50)
- Entre meio e 1 salário mínimo (entre R$ 272,51 e R$ 545,00)
- Entre 1 e 3 salários mínimos (entre R$ 545,01 e R4 1.635,00)
- Entre 3 e 5 saláros mínimos (R$ 1635,01 e R$ 2.725,00)

PERFIL DO EMPREENDIMENTO

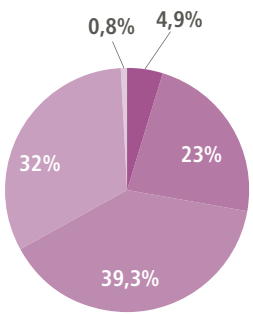
Os empreendimentos em Vila Turismo possuem, em média, 10 anos de existência, sendo que o empreendimento mais recente ainda não completou um ano e o mais antigo já conta com quarenta e três anos de atuação no território. Apesar desta média, percebe-se um percentual grande de empreendimentos recentes, pois mais de 41% têm até cinco anos de atuação, sendo que 16,7% têm até um ano. Os empreendimentos acima de seis anos somam quase 59%, porém, aqueles que têm entre seis e dez anos representam 19,2% do total. Os percentuais vão diminuindo conforme aumenta o tempo de atuação na comunidade e apenas três (2,5%) têm mais de 30 anos de atuação.

Tempo de existência do empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



- Até 1 ano
- Entre 2 e 5 anos
- Entre 6 e 10 anos
- Entre 11 e 15 anos
- Entre 16 e 20 anos
- Entre 21 e 30 anos
- Acima de 30 anos

Em relação ao setor de atividade, a maioria dos empreendimentos atua no setor de serviços (39%), seguido pelo setor de comércios exclusivamente (32%). Os empreendimentos que focam tanto na produção quanto na comercialização também se destacam, representam 23% do total dos empreendimentos. O menor setor é o de produção exclusivamente, que representa 0,8% do total (um empreendimento).

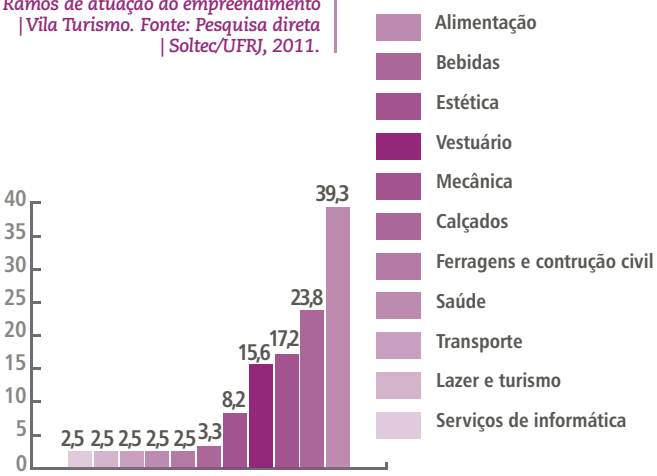


Principal setor de atividade do empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Produção
- Comércio
- Serviço
- Produção e comércio
- Comércio e serviços

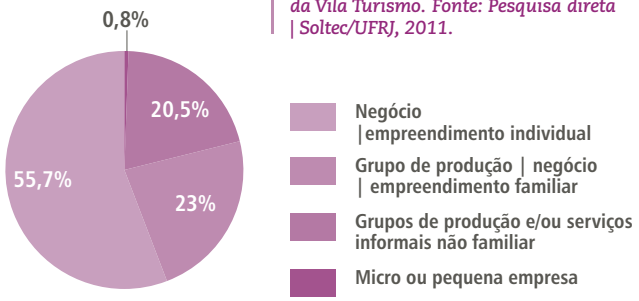
Em relação aos ramos de atuação[72], destaca-se o setor de alimentação, com quase 40% dos empreendimentos, seguido pelo ramo de bebidas (23,8%). É possível que muitos dos empreendimentos do ramo de alimentação também atuem no ramo de bebidas, principalmente quando estão no setor de comércio. É o caso dos bares e mercearias locais. Destacaram-se também o setor de vestuário (15,6%) e mecânica (8,2%, equivalente a dez empreendimentos)[73].

Ramos de atuação do empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



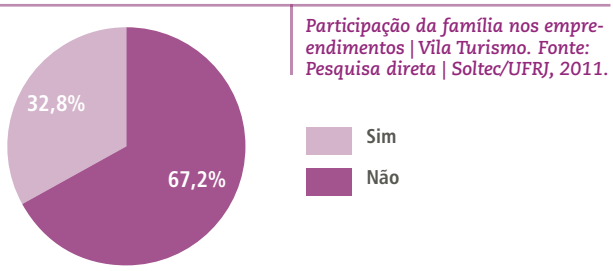
Em relação à sua forma de organização, percebe-se que quase 56% dos empreendimentos são negócios individuais, seguidos de grupos de produção familiares (23%) e grupos de produção informal não familiar (20,5%). Apenas um entrevistado se classificou como micro ou pequena empresa.

Forma de organização | empreendimentos da Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Ainda em relação à participação da família nestes empreendimentos, 32,8% dos entrevistados afirmaram que contam com o apoio de algum membro da família, tanto de forma remunerada quanto não remunerada.

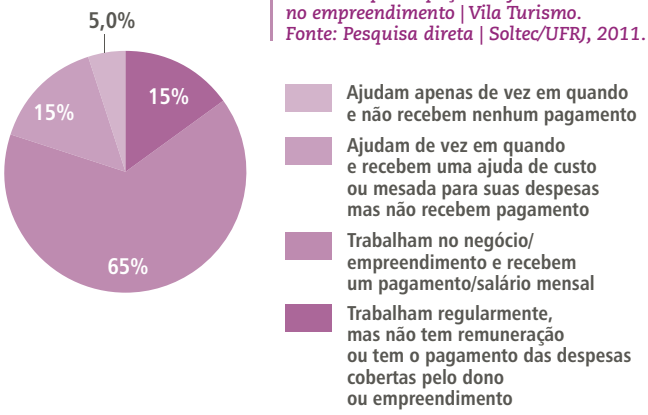
Participação da família nos empreendimentos | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



71 Aqui vale ressaltar que não se trata do "faturamento" do rendimento, mas quanto o entrevistado consegue auferir (ou retirar) para si próprio como pagamento por seu trabalho.
72 Pela possibilidade de um mesmo empreendimento atuar em mais de um ramo, a soma referente aos ramos não fecha em 100%.
73 Outros ramos foram citados, porém em quantidades muito menores. Foram eles, em números totais: Calçados (4); Ferragens e construção civil (3); Saúde (3); Transporte (3); Lazer e Turismo (3); Serviços de informática (3); Papelaria e armarinho (3); Educação (2); Eletrodomésticos (2); Móveis (2); Artesanato e artes plásticas (2); Combustíveis (1); Reciclagem (1); Veterinária (1).

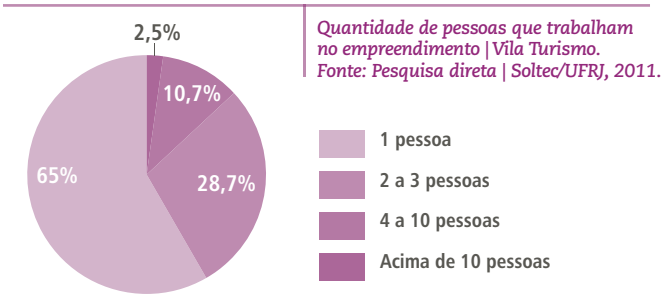
Em relação à forma de participação, a maioria afirma que paga um salário fixo mensal para o familiar que trabalha no empreendimento (65%). Outra parte informou que os familiares recebem uma ajuda de custo ou mesada (15%) ou ainda que alguns trabalhem regularmente, mas não recebem remuneração, apesar de terem suas despesas cobertas pelos donos dos empreendimentos (15%). Apenas 5% disseram que os familiares ajudam apenas de vez em quando e não recebem pagamento.

Forma de participação da família no empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Em Vila Turismo, os empreendimentos entrevistados ocupam um total de 271 pessoas, com uma média de 2,2 empregados por empreendimento. O empreendimento com maior número de trabalhadores tem 29 empregados, enquanto aqueles que têm menos trabalhadores têm pelo menos uma pessoa ocupada no negócio. Aliás, este é o maior perfil de ocupação por empreendimento, pois representam 58% do total. Aqueles que ocupam entre duas e três pessoas representam 28,7% e entre quatro e dez pessoas são 10,7%. Três empreendimentos empregam mais de dez pessoas, o que equivale a 2,5% deste perfil.

Quantidade de pessoas que trabalham no empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



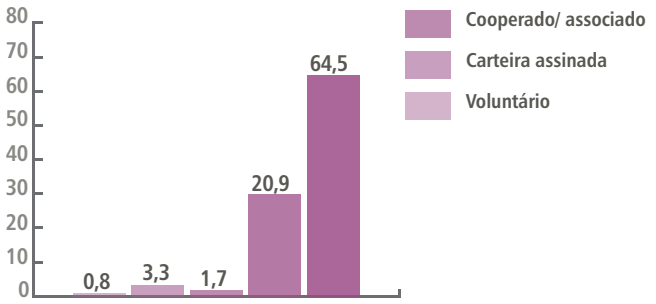
Em relação ao gênero das pessoas ocupadas no empreendimento, a maioria são homens (55%).

PESSOAS QUE TRABALHAM NO EMPREENDIMENTO	No.	%
Homens	149	55,0
Mulheres	122	45,0
Total	271	100,0

Pessoas que trabalham no empreendimento, por sexo | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

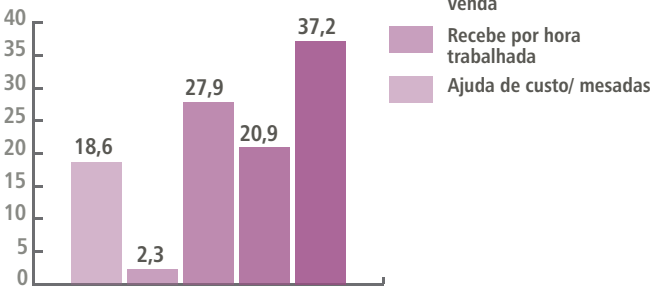
Os empreendimentos que não têm funcionários (64,5%) são aqueles conduzidos apenas pelo proprietário, que configura a maior parte dos empreendimentos. Cerca de 30% dos empreendimentos têm trabalhadores informais e 3,3% (equivalente a quatro empreendimentos) disseram que têm trabalhadores com carteira assinada. 1,7% afirmaram que têm trabalhadores associados ou cooperados e um entrevistado afirmou que tem trabalhadores voluntários que ajudam no empreendimento (0,8%).[74]

Vínculo dos trabalhadores no empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Em relação à forma de remuneração, 37,2% dos empreendedores afirmaram pagar um salário fixo, enquanto em quase 30% dos empreendimentos os trabalhadores receberiam por produção. Em cerca de 21% os empregados recebem por rateio (pode ser o caso das sociedades, por exemplo, e empreendimentos familiares) e em 18,6% dos casos há o pagamento de mesadas. Um dos entrevistados paga por hora trabalhada (2,3%).

Forma de remuneração das pessoas que trabalham no empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec UFRJ, 2011.



Em Vila Turismo, há a seguinte distribuição entre as faixas de rendimento: treze entrevistados afirmaram que a média de rendimento das pessoas que trabalham no empreendimento está entre meio e um salário mínimo; enquanto outros treze afirmaram que os rendimentos estão entre um e três salários mínimos. Seis entrevistados afirmaram que os rendimentos eram menores que um salário e apenas um disse que os rendimentos estavam entre três e cinco salários mínimos.[75]

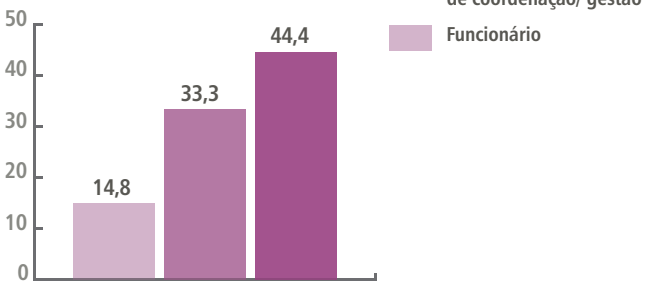
MÉDIA DE RENDIMENTO DAS PESSOAS QUE TRABALHAM NO NEGÓCIO/EMPREENDIMENTO	No.	%
Até meio salário mensal (até R$ 272,50)	6	18,2
Entre meio e 1 salário mínimo (entre R$ 272,51 e R$ 545,00)	13	39,4
Entre 1 a 3 salários mínimos (entre R$ 545,01 e R$ 1635,00)	13	39,4
Entre 3 e 5 salários mínimos (entre R$ 1635,01 e R$ 2725,00)	1	3,0
Total	33	100,0

Média de rendimento das pessoas no empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

GESTÃO DO EMPREENDIMENTO

Foram feitas algumas perguntas para se pensar os modos como são geridos os empreendimentos. Assim, perguntamos para os entrevistados cujos empreendimentos não eram individuais se costumavam consultar outras pessoas na tomada de decisões. Cerca de 44% dos entrevistados costumam consultar a família, enquanto 33,3% consultam seus sócios. Oito empreendedores disseram que consultam seus funcionários (14,8%).

Consulta na hora de tomar decisões sobre o empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



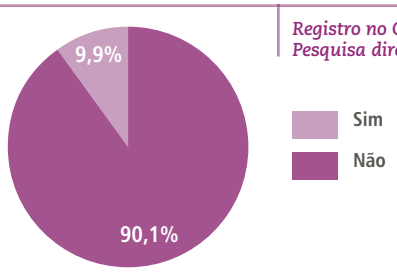
Em relação à frequência com a qual o empreendedor se reúne com o grupo para tomar decisões, quinze disseram que se reúnem de três a quatro vezes ao mês (44%); treze responderam que estas reuniões são mais frequentes, ocorrendo de uma a duas vezes por semana (38,2%). Isso mostra que, na maioria dos casos, as consultas são frequentes, portanto, o empreendedor não decide sozinho o rumo do seu negócio ou empreendimento.

FREQUÊNCIA COM QUE O GRUPO SE REÚNE PARA TOMAR DECISÕES	No.	%
Menos de uma vez por mês	3	8,8
De uma a duas vezes por semana	13	38,2
De três a quatro vezes por mês	15	44,1
Uma a duas vezes por semestre	3	8,8
Total	34	100,0

Frequência com que o grupo se reúne para tomar decisões | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

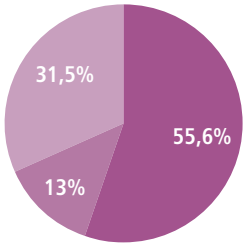
74 Percentual calculado com base no total de respostas positivas para o tipo de vínculo.
75 Esta pergunta foi feita apenas para os empreendimentos que possuem funcionários, excluindo-se os donos e sócios. Apesar da baixa taxa de resposta, seus resultados fornecem indicativos da faixa de salários pagos pelos empreendimentos de Vila Turismo.

A maioria dos empreendimentos (90%) não possui CNPJ ou algum outro tipo de registro. Os empreendimentos que possuem são doze (9,9%).



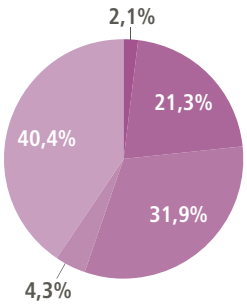
Registro no CNPJ | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Entre os entrevistados cujos empreendimentos não têm registro ou CNPJ, a maioria (55,6%) afirmou que não tem interesse em se formalizar, enquanto 31,5% disseram que têm muito interesse e 13% que têm pouco interesse na formalização.



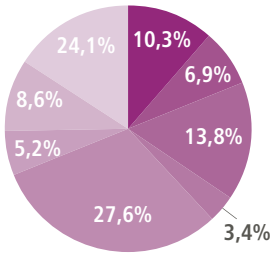
Grau de interesse em registrar o empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Para quem respondeu que tinha muito ou pouco interesse em se formalizar, as principais razões apontadas foram: deixar o negócio correto (40,4%); poder negociar melhor com fornecedores e compradores (31,9%); e ter acesso a crédito (21,3%). Poder emitir nota fiscal foi apontada por 4,3% dos entrevistados.



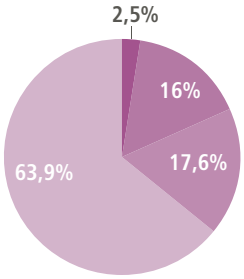
Principal razão para o interesse registrar o empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Entre os entrevistados que disseram não ter interesse em se formalizar, a maioria (quase 28%) disse que não acha vantajoso para o seu empreendimento; e 24% informaram que não se formalizam porque os impostos são muito altos; 13,8% disseram nunca ter recebido informações a respeito. Cerca de 8% consideram este empreendimento um trabalho temporário e 5,2% não querem pagar impostos para o governo.



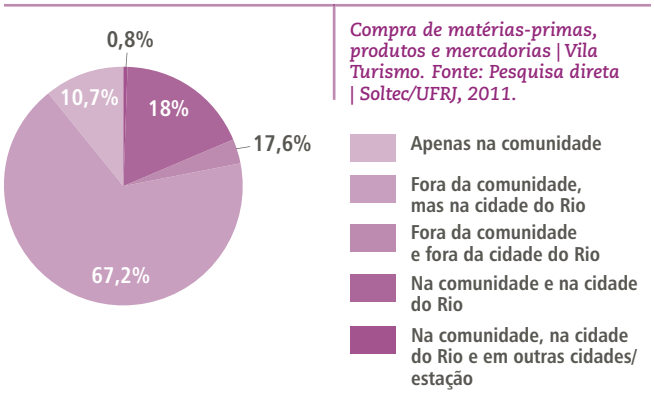
Razão para desinteresse em registrar o empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

O desejo de trabalhar por conta própria representa quase 64% da motivação para iniciar os empreendimentos, seguido por 17,6% dos entrevistados que afirmaram que na época que iniciaram os empreendimentos estavam desempregados; 16% disseram ainda que queriam aumentar sua renda familiar e 2,5% (três entrevistados) disseram que herdaram o empreendimento de pais ou avós.



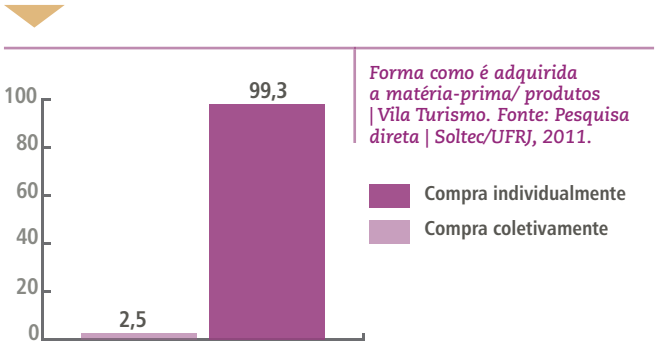
Principal motivo para criação do empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Em relação ao local onde o empreendedor costuma comprar matérias-primas e insumos para o empreendimento, a maioria (67,2%) compra fora da comunidade, mas na cidade do Rio. Um percentual grande (equivalente a 18%) compra tanto na comunidade quanto na cidade. Quase 11% compram exclusivamente na comunidade e 3,3% compram fora da comunidade e da Cidade.



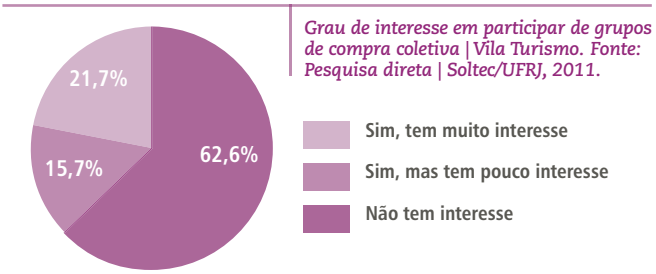
Compra de matérias-primas, produtos e mercadorias | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

A grande maioria dos entrevistados compra sua matéria-prima ou seus insumos individualmente[76] (98,3%). Três entrevistados (2,5%) disseram que compram coletivamente.



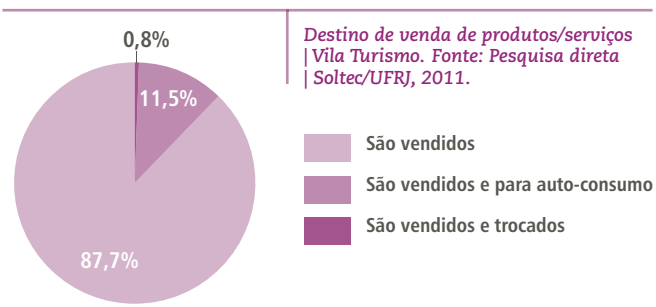
Forma como é adquirida a matéria-prima/ produtos | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Perguntamos aos entrevistados se havia interesse em participar de grupos de compras coletivas. A maioria, ou 62,6% dos entrevistados, disse que não tinha interesse. Porém. 21,7% disseram que tinham muito interesse me participar de grupos de compra e 15,7% que tinha um pouco de interesse.



Grau de interesse em participar de grupos de compra coletiva | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Quase 88% dos produtos, mercadorias e serviços são vendidos; e 11,5% dos entrevistados disseram ainda que produzem tanto para vender quanto para o autoconsumo[77]. Nenhum entrevistado afirmou produzir principalmente para o autoconsumo e um (0,8%) disse realizar troca de produtos/serviços, além de vendê-los.

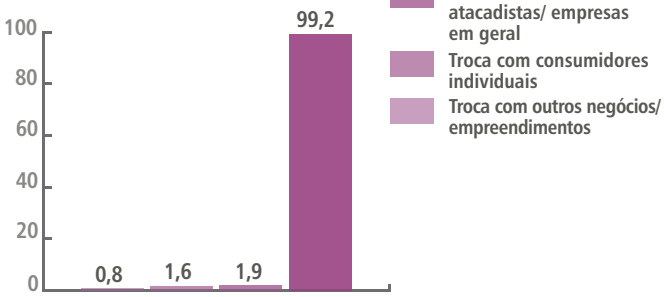


Destino de venda de produtos/serviços | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

76 Percentual calculado sobre o total de pessoas que responderam "sim" para a modalidade de aquisição de matérias-primas ou insumos. Pergunta de múltiplas respostas.
77 Vale ressaltar que nem todos os empreendimentos são produtivos. Deste modo, sobre produtos entendemos tanto a mercadoria produzida por um empreendimento produtivo, quanto aquele vendido no setor de comércio ou ainda o serviço prestado.

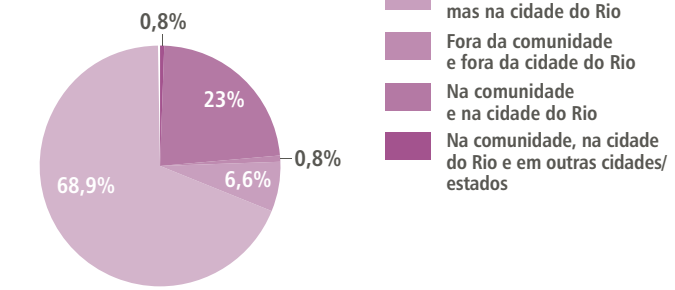
Quase 100% dos entrevistados vendem seus produtos ou serviços diretamente para o consumidor[78]. Seis entrevistados (4,9%) também vendem para revendedores ou atacadistas. Dois entrevistados também realizam trocas com consumidores individuais e um afirmou que troca com outros negócios ou empreendimentos, além da venda direta.

Forma de comercialização dos produtos e/ou serviços | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



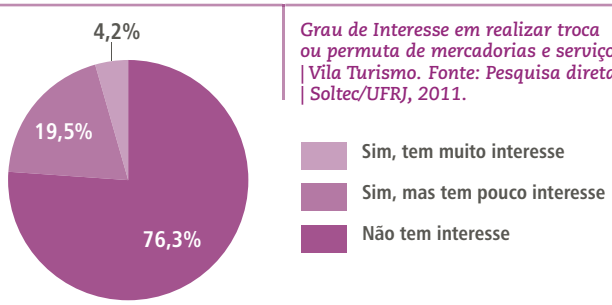
A principal praça de comercialização é a própria comunidade, que representa quase 70% dos empreendimentos, seguido por empreendedores que escoam seus produtos tanto na comunidade quanto na cidade do Rio de Janeiro (23%). Oito empreendedores escoam seus produtos ou serviços para locais fora da comunidade, porém na cidade do Rio (6,6%).

Principais locais onde se comercializa os produtos e/ou serviços | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



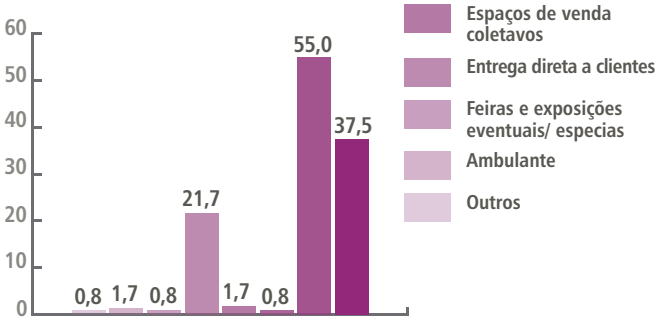
Sobre realizar troca[79] ou permuta de mercadorias e serviços, a maioria dos empreendedores (76,3%) afirmou não ter interesse; entre os que afirmaram ter interesse 4,2% disse ter muito e 19,5% disse ter pouco interesse.

Grau de Interesse em realizar troca ou permuta de mercadorias e serviços | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



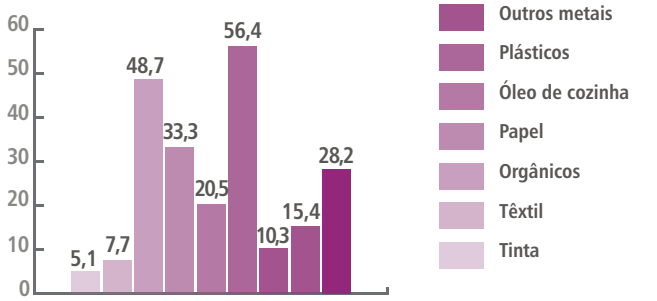
Sobre os espaços de comercialização de produtos e serviços[80], a maioria tem espaços próprios (55%); um percentual grande ocupa lojas e espaços de terceiros (37,5%); e quase 22% entrega seus produtos ou serviços diretamente para os clientes.

Principais locais onde se comercializa os produtos e/ou serviços | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



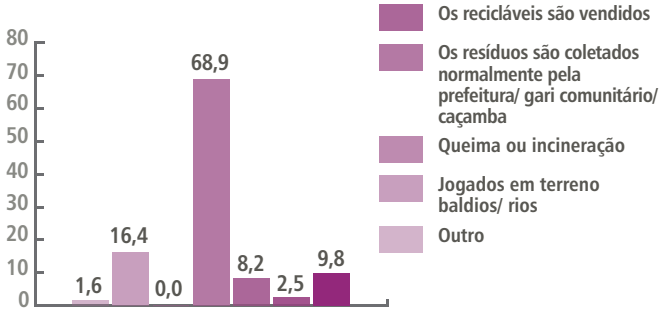
Percebe-se pela distribuição e pelos percentuais mais altos que os empreendimentos geram diferentes tipos de resíduos. A maioria consiste em plásticos (66,4%); papéis (54,9%); orgânicos (37,7%); latas de alumínio (21%) e óleo de cozinha (16%).

Tipo de resíduo/lixo/sobras de materiais gerados pelo empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



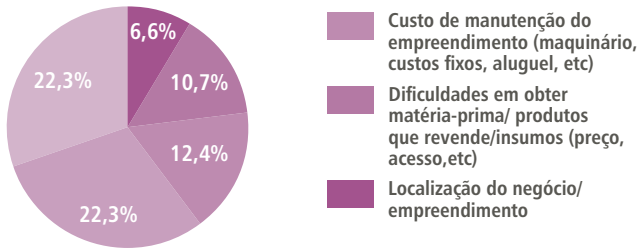
Apesar desses resíduos serem recicláveis, quase 70% dos entrevistados disseram que eles são recolhidos pelo sistema de coleta de lixo da cidade do Rio. O percentual de entrevistados que jogam os resíduos em terreno baldio é de 16,4%, o que equivale a vinte empreendedores. Apesar do potencial para reaproveitamento, apenas 9,8% dos resíduos são doados; outros 2,5% são reaproveitados no próprio empreendimento; e 8,2% são vendidos.

Destino do resíduo/lixo/sobras de materiais gerados pelo empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Dentre as cinco principais dificuldades para o empreendimento, os entrevistados citaram a falta de espaço adequado (22,3%); e o custo de manutenção do empreendimento (12,4%). Cerca de 11% dos entrevistados disse ainda ter dificuldade para obter matérias-primas ou produtos e 6,6% que a localização do empreendimento também seria uma dificuldade[81].

Principais Dificuldades dos Empreendimentos | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



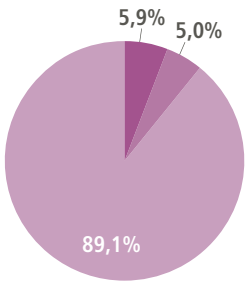
Sobre os espaços de divulgação do empreendimento[82], cerca de 62% dos entrevistados apostam no "boca a boca"; seguido por uso de cartazes, catálogos, folders e panfletos, com quase 15%. Porém observa-se que os empreendimentos apostam pouco nos meios de divulgação.

LOCAIS ONDE FAZ A DIVULGAÇÃO DOS PRODUTOS/SERVIÇOS	No.	%
Cartazes, catálogos, folders e panfletos	18	14,8
Jornais e revistas	1	0,8
Rádios comercais e educatvas	0	0,0
Rádios comunitárias	0	0,0
Feiras e exposições eventuais	0	0,0
Divulgação "boca a boca"	76	62,3
Carro de som	1	0,8
Internet	2	1,6
Outra	0	0,0

Divulgação do empreendimento, por veículo de divulgação | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

78 Percentual calculado com base nas respostas positivas para a modalidade de comercialização indicada.
79 Pergunta feita apenas para os entrevistados que afirmaram que não faziam troca ou permuta.
80 Percentual calculado a partir das respostas positivas para o espaço de comercialização citado.
81 As demais dificuldades citadas somam 25% do total de respostas. Foram elas: Baixo poder aquisitivo dos consumidores/compradores (6 respostas); Divulgação (4); Inadimplência (vende fiado ou compradores/consumidores não pagam) (4); Venda localizada na comunidade/não consegue expandir o negócio/empreendimento (3); Falta de infra-estrutura na própria comunidade (água/luz/saneamento) (3); Falta de segurança (3); Falta de pessoal qualificado na comunidade (2); Outras opções (2); Pouco movimento (2); Informalidade (1); Concorrência (1).
82 Percentual calculado com base no número de respostas positivas para o meio de divulgação citado.

A maioria dos empreendedores usou capital próprio para iniciar seu empreendimento (89,1%). Apenas cerca de 6% contou com recursos de empréstimos e 5% usou tanto recurso próprio quanto empréstimo.

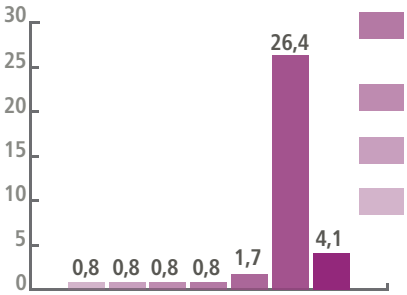


Origem dos recursos financeiros para iniciar o empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta |Soltec/UFRJ, 2011.

- Do entrevistado/ dono/ sócios
- Empréstimo(s) e/ou financiamento(s)
- Próprio e empréstico

Poucos empreendimentos (26% do total, equivalendo a 32 empreendimentos) receberam algum tipo de apoio ou assessoria para iniciar. Cerca de 26% dos entrevistados receberam apoio para qualificação profissional; e 4% para assistência técnica. Ou outros apoios foram residuais: destinados em menos de 2% à assessoria para diagnóstico, planejamento e análise da viabilidade do negócio; e menos ainda à assessoria em marketing e na comercialização e assessoria para desenvolver a qualidade do produto (0,8% cada).

Formas de apoio recebido pelos empreendimentos | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



- Assistencia técnica
- Qualificação profissional
- Diagnóstico, planejamento e análise de viabilidade econômica/ qualificação gerencial, administrativa e contábil
- Assessoria em marketing e na comercialização de produtos e serviços
- Assessoria na construção, formalização ou registro
- Assessoria para desenvolver a qualidade do produto
- Outra

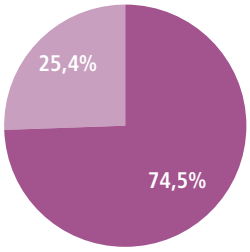
Quase 60% daqueles que receberam algum tipo de assessoria ou apoio pagaram por este serviço; 18,8% pagaram por alguns serviços e teve outros serviços de forma gratuita; e cerca de 22% não pagou pela assessoria.

PAGOU POR ESSES APOIOS ?	No.	%
Paguei por todos	19	59,4
Paguei por alguns, outros foram gratuitos	6	18,8
Não paguei por nenhum	7	21,9
Total	32	100

Pagamento pelo apoio recebido | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Entre as instituições que apoiaram os empreendimentos, foram citados o Sistema "S", órgãos governamentais/CRAS, ONGs, Igrejas, associações, universidades e cooperativas de técnicos.

Quase 75% dos entrevistados afirmaram que não precisam de apoio técnico em seus empreendimentos. Porém, os 25% que disseram necessitar destes apoios, citaram diversas assessorias.

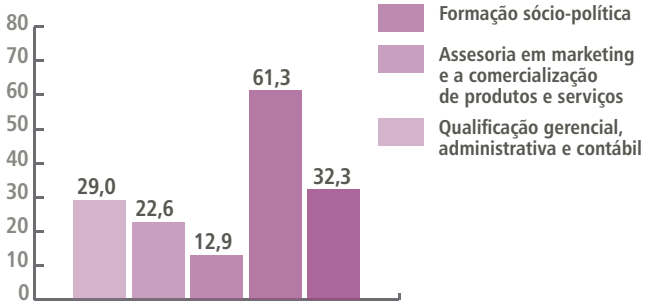


Necessidade de apoio técnico | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Sim
- Não

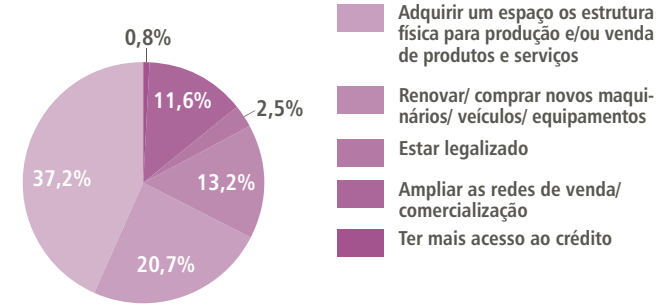
A principal assessoria demandada foi de qualificação profissional, que representa 61,3% das respostas positivas para este item entre os que demandam apoio técnico; em seguida há a demanda para assistência técnica (32,3%) e qualificação gerencial, administrativa e contábil (29%); seguida da demanda por assessoria em marketing e na comercialização de produtos e serviços (22,6%).

Tipo de apoio técnico que o empreendimento necessita | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Entre as principais mudanças que os empreendedores desejam ter em seus empreendimentos nos próximos três anos estão: ampliar seu espaço de produção (37,2%); renovar e comprar novos maquinários, com 13,2%[83]. Estes três aspectos somam pouco mais de 70% do total de respostas dos entrevistados, o que ressalta sua importância.

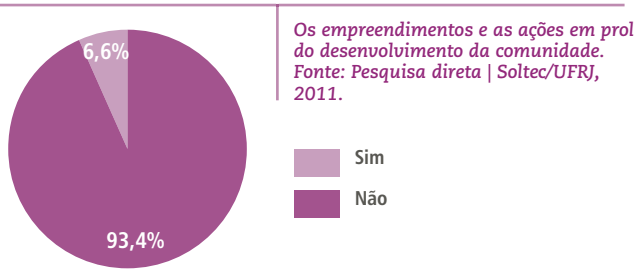
Desejo de mudança no empreendimento | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



RELAÇÃO DO EMPREENDIMENTO COM O TERRITÓRIO

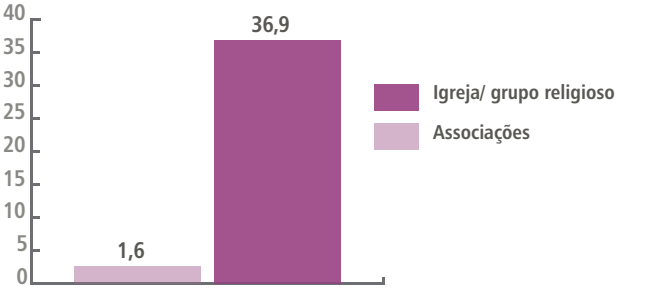
Em Vila Turismo nenhum dos empreendimentos entrevistados faz parte de fóruns ou redes de articulações. Ainda, apenas 7 empreendimentos (6,6%) oferecem apoio para atividades que contribuem para o desenvolvimento da comunidade: ações desportivas e/ou culturais (4); ações religiosas (1); ações educacionais (1) e uma ação não identificada (1).

Os empreendimentos e as ações em prol do desenvolvimento da comunidade. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



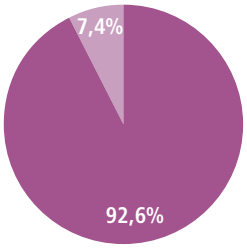
A maioria dos entrevistados não participa de atividade associativa. É possível observar isto na medida em que a atividade mais citada foi a religiosa, com 36,9% de participação dos entrevistados, o que equivale a quarenta e cinco (dos cento e vinte e dois) entrevistados. A outra atividade, citada por dois entrevistados, é a participação em associações comunitárias.

Participação do entrevistado em grupo ou organização social na comunidade | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



83 As demais opções citadas foram: Renovar/comprar novos maquinários/ veículos/ equipamentos (3) e; Ter mais acesso ao crédito (3).

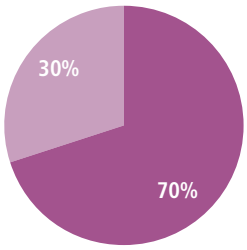
Quase 93% dos entrevistados informaram que não participam de atividades que contribuam para o desenvolvimento da comunidade, enquanto 7,4% (nove entrevistados) disseram que participam de alguma, tal como: apoio a ações religiosas; apoio a ações educativas; apoio a ações comunitárias (ações da associação, valorização do comércio local etc) e apoio a ações desportivas e culturais.



Participação do entrevistado em atividade que contribua para o desenvolvimento na comunidade | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Sim
Não

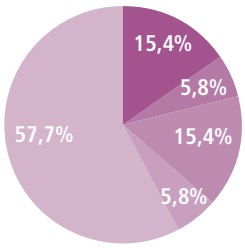
Em relação ao possível envolvimento daqueles que disseram que não participavam de ações para o desenvolvimento da comunidade, cerca de 65% afirmaram que não tinham interesse em se envolver em atividades comunitárias.



Potencial de cooperatividade dos entrevistados para o desenvolvimento da comunidade | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Sim
Não

A falta de tempo foi a principal razão apontada para a ausência de desejo de participar de atividades comunitárias (58%); seguida por problemas de relacionamento com outros membros da comunidade (15,4%). Alguns entrevistados alegaram problemas de saúde (5,8%) ou que não pretendem permanecer na comunidade (5,8%).



Motivo para não ter desejo de colaborar com a comunidade | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Falta de tempo
Dificuldade em função da idade/ saúde
Problemas de relacionamento com/ entre as pessoas da comunidade
Não pretende permanecer na comunidade
Outro

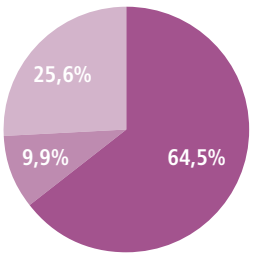
Entre os que manifestaram interesse em participar de atividades comunitárias, doze disseram que poderiam apoiar oferecendo capacitação profissional.

FORMA COMO PODERIA COLABORAR COM A COMUNIDADE	No.	%
Ensinando o que sabe/oferecendo capacitação profissional	12	34,3
Em ações para melhoria da comunidade (ações da associação etc)	3	8,6
Promovendo eventos culturaisesportivos	4	11,4
Participando de projetos educativos	3	8,6
Realizando doações para pessoas mais necessitadas	2	5,7
Cuidando de crianças/idosos	3	8,6
Outras opções (diversas)	8	22,9
Total	35	100,0

Forma como o entrevistado poderia colaborar com a comunidade | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

DIMENSÃO SOCIOCOLABORATIVA DA COMUNIDADE

Na opinião da maioria (64,5%) dos entrevistados em Vila Turismo as pessoas não são colaborativas umas com as outras. Porém, 25,6% afirmam que as pessoas colaboram entre si por causa dos seus objetivos comuns; enquanto 9,9% acreditam que as pessoas colaboram, porém pensando em seus próprios interesses.

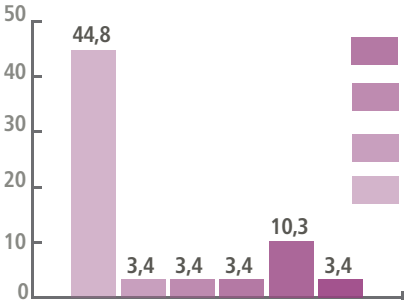


Potencial colaborativo comunitário | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- São colaborativas umas com as outras por causa dos objetivos comuns
- São colaborativas umas com as outras mas somente por interesse comuns
- As pessoas não são colaborativas

Em relação à forma como os entrevistados percebem que as pessoas em Vila Turismo colaboram umas com as outras, a mais citada foi "realizando doações ou prestando serviços a quem precisa"(44,8%), seguida de "em ações para melhoria da comunidade"(10,3%)[84].

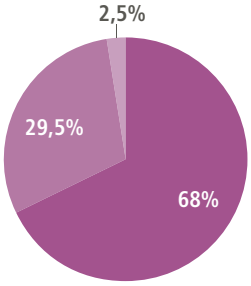
Forma como as pessoas colaboram umas com as outras | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



- Cooperando em situações de calamidade (enchentes, incêndio etc)
- Em ações para melhoria da comunidade (coleta de lixo, ações da associação etc)
- Promovendo eventos culturais/ esportivos
- Participando de projetos educativos
- Promovendo o comércio local
- Promovendo o comércio local

INTERESSE EM INICIATIVAS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA

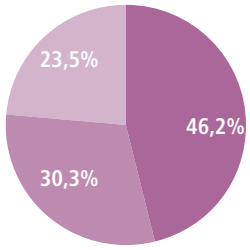
A maioria dos empreendedores entrevistados não sabia o que era economia solidária (68%). Entre os que já sabiam, 2,5% disseram conhecer e praticar seus princípios; e 29,5% disseram que conheciam, mas não praticavam a economia solidária em seus estabelecimentos.



Conhecimento sobre economia solidária pelo entrevistado | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Sei e já pratico
- Sei, mas não pratico
- Não tenho conhecimento

Após esclarecimento sobre o que é economia solidária, houve um grande interesse dos entrevistados em participar de atividades e ações que envolvessem a economia solidária. Cerca de 23% dos entrevistados revelaram ter muito interesse; enquanto 30% revelaram ter algum interesse. Outros 46,2% disseram não ter interesse algum.



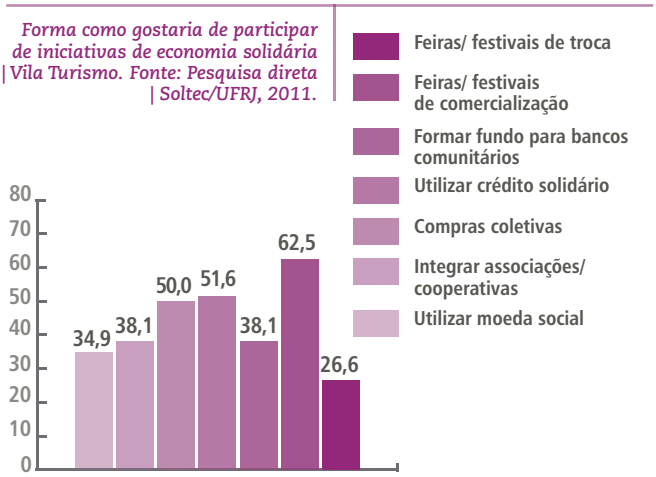
Interesse em participar de iniciativas de economia solidária | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Muito interesse
- Algum interesse
- Nenhum interesse

84 As respostas que têm 3,4% representam um entrevistado em cada item. O percentual foi calculado com base nas repostas positivas para cada item citado.

A maioria dos entrevistados gostaria de participar de feiras/festivais de comercialização (62,5%); outras atividades que se destacaram foram a possibilidade de usar crédito solidário (51,6%) e participar de compras coletivas (50%).

Forma como gostaria de participar de iniciativas de economia solidária | Vila Turismo. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



A maior parte dos entrevistados que disseram não ter interesse em participar de iniciativas de economia solidária acredita que estas iniciativas não trariam vantagens para seus empreendimentos (42%). 18% dos entrevistados disseram que não percebem como seu empreendimento se adaptaria a este tipo de iniciativa, situando-se num campo que parece mais suscetível à aproximação com a economia solidária, através de ações que destaquem as possibilidades destas iniciativas. 16% disseram que não tinham informações sobre o assunto, o que revela também a necessidade de maior divulgação; e, por fim, 10% informaram que não têm interesse em continuar com o empreendimento.

PRINCIPAL RAZÃO PELA QUAL NÃO GOSTARIA DE PARTICIPAR DE UMA INICIATIVA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA	No.	%
Acha que não traria vantagens para o negócio/empreendimento	21	42,0
Poderia ter prejuízos finaceiros	2	4,0
Poderia perder clientes	2	4,0
Não vê como seu negócio/ empreendimento se adaptaria a esta	9	18,0
Não tem informação sobre o assunto	8	16,0
Outra	1	2,0
Falta de tempo	2	4,0
Desinteresse em continuar no empreendimento	5	10,0
Total	50	100,0

Razão pela qual não tem interesse em participar de uma iniciativa de economia solidária | Vila Turismo.
Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

VARGINHA E VILA TURISMO

Pesquisa qualitativa

Considerando que a pesquisa-ação envolve não apenas a descrição/mapeamento de uma situação, mas também a proposição de ações, a equipe do Soltec/UFRJ avaliou ser pertinente realizar algumas entrevistas complementares que nos fornecessem mais elementos para esta etapa propositiva. Sendo assim, foi desenvolvido um roteiro de pesquisa qualitativa, exclusivamente com perguntas abertas, que deveria abordar aspectos da organização dos empreendimentos, bem como informações que nos ajudassem a elaborar o plano de ação.

Após definir o roteiro de entrevista, selecionamos seis empreendimentos, sendo dois na Varginha e quatro em Vila Turismo. Procuramos entrevistar empreendimentos identificados através da pesquisa quantitativa e que apresentaram algum potencial solidário e/ou que pertencessem aos ramos de atividade e perfis de organização mais representativos da comunidade. Com base nestes critérios, os empreendimentos entrevistados foram:

a) Varginha: um grupo de costureiras que já fez parte de uma cooperativa, e uma artesã que vem participando do Projeto Rio Economia Solidária através das oficinas e feiras promovidas pelo Cedac.

b) Vila Turismo: um salão de beleza; um buffet que produz salgados, doces e enfeites que necessita para organizar festas, e contrata pessoas da comunidade para trabalhar; uma transportadora, que foi o empreendimento entrevistado na comunidade com mais funcionários; e uma costureira, representando os pequenos empreendimentos individuais com baixíssimo rendimento.

Quando perguntados sobre as principais vantagens de seus empreendimentos, as respostas foram: trabalhar com o que gosta; não ter patrão e, quando o entrevistado trabalha em casa (três entrevistados), poder estar perto da família e cuidar dos filhos/netos.[85]

Em relação às desvantagens, foram citadas a ausência de salário fixo e de benefícios assegurados, como férias, 13º salário, carteira assinada, dentre outros; a carga horária, que acaba sendo maior do que no mercado de trabalho formal, conforme afirmaram dois entrevistados: "Temos hora para entrar, mas não temos hora para sair"; "Tem que trabalhar todos os dias. Não temos nem final de semana. É um corre-corre danado!". Foi citada também a instabilidade, já que dependem da demanda do mercado, e a dificuldade de administração do negócio devido à falta de recursos e tempo gastos com o deslocamento para compra de material e produção.

Ao serem perguntados sobre a formalização dos empreendimentos, se a consideram positiva ou negativa, foram citados como aspectos positivos a possibilidade de conseguir empréstimos, a nota fiscal para comprar material e prestar serviços e a segurança, em especial para evitar que clientes deixem de pagar ou que o empreendimento seja fechado pela fiscalização. Como aspectos negativos foram destacados o alto valor dos impostos e o fato de ter que contratar contador e assinar carteira de todos os funcionários, o que torna a manutenção dos empreendimentos ainda mais cara. O único empreendimento entrevistado que já é formalizado reafirma estes aspectos negativos, ao dizer: *"Minha empresa já é formalizada, mas isso não tem me beneficiado em nada. Pelo contrário, está cada vez mais caro, cada vez há mais impostos."* Portanto, de forma geral, mesmo os empreendedores não formalizados que consideram a formalização positiva, não consideram que seria

85 A fim de preservar os entrevistados, as citações não serão identificadas.

benéfica para seus empreendimentos no momento, pois não têm como pagar os impostos. Também foi citada a pouca informação sobre o assunto.

Sobre a aquisição de matéria-prima, grande parte dos entrevistados disse comprar fora da comunidade, em lugares como o centro da cidade, Madureira e Caxias, devido ao preço mais baixo e pela oferta de produtos que não são encontrados na comunidade. Em geral, por não comprarem em quantidade, não conseguem descontos. Apenas um entrevistado, que compra com um revendedor de fora da comunidade, afirmou que possui desconto por ser cliente antiga e por comprar sempre com a mesma pessoa.

Os principais problemas para aquisição de insumos e matéria-prima são o preço e a distância, segundo os entrevistados. Perguntados sobre o interesse em participar de grupos de compra, três entrevistados afirmaram ter muito interesse, pois poderiam conseguir descontos e evitar deslocamentos; um disse não ter interesse, pois gosta de ter suas coisas sozinho; um já realiza compras coletivamente e outro não acha que seu empreendimento teria como participar de grupos como esse.

Em relação à participação em grupos de comercialização e distribuição, a maioria manifestou interesse em participar, destacando como principal vantagem a divulgação do empreendimento e do trabalho. Dois entrevistados, que trabalham com costura e artesanato, manifestaram também interesse em formar grupos de produção, como forma de pegar encomendas maiores e dividir o trabalho.

As dificuldades citadas para manter o empreendimento foram: a aquisição de matéria-prima; a manutenção das máquinas e equipamentos; a falta de infraestrutura adequada (espaço físico e maquinário); a localização, pois, devido aos tiroteios, os clientes não querem entrar na comunidade; a dificuldade de conseguir crédito; a jornada de trabalho muito extensa; a instabilidade da demanda pelos serviços/produtos; dificuldade de calcular o preço para vender os produtos; a organização do empreendimento autogestionário ("como ninguém manda, é difícil manter uma disciplina com horário") e a falta de capital de giro:

"Dependemos do pagamento dos clientes para poder fazer as coisas. Se uma máquina quebra, só podemos consertar depois que acabamos o pedido e o cliente paga. Muitas vezes também, quando temos um pedido grande e contratamos alguém de fora, só pagamos quando o cliente paga. Então, por exemplo, se pegamos um pedido e demoramos dois meses para terminar e o cliente ainda demora a pagar, a costureira só vai receber depois de três ou quatro meses."

Nenhum dos entrevistados participa de redes, câmaras ou conselhos. Como vantagens desses fóruns, foram citados a troca de informações e divulgação, e a possibilidade de aprendizagem e de acesso a recursos oferecidos por órgãos públicos. Como desvantagem/dificuldade para participar foi destacada a falta de tempo, o que fica claro na fala de um entrevistado:

"Acho que toma muito tempo. Não tenho como parar de trabalhar para participar das reuniões. Eu, se não estou trabalhando, perco dinheiro. E preciso do dinheiro que ganho aqui."

Quando perguntados sobre a economia solidária, a maioria afirmou não saber nada sobre o assunto, fato confirmado pela pesquisa quantitativa. Alguns depoimentos, no entanto, merecem destaque:

"É algo diferenciado. Só de pensar que não tem atravessador, que as pessoas vendem o que produzem, já é bom. E também que estimula a troca de material. Se sobrar algum resíduo, posso trocar, ou vender. E fora que se alguém tem alguma técnica, pode sempre estar passando para outro. E o preço justo, que foi o que mais me encantou: saber que cada produto tem um preço justo e aprender a calcular esse preço."

"Quando fala solidário, deve ser para ajudar alguém. E Economia, deve ser para gastar o mínimo possível, todo mundo poder sair ganhando. Deve ser para ajudar aquele empreendimento que está começando, ensinando coisas etc. Se eu ganhasse mais, eu pagaria mais para as pessoas que trabalham comigo."

Após breve esclarecimento sobre a economia solidária para aqueles que a desconheciam, os entrevistados foram questionados a respeito do que os atrairia a participar de iniciativas deste tipo. Aqui, também vale citar algumas respostas:

"Eu tenho vontade de participar, para aprender mais sobre como administrar um empreendimento."

"Poderia participar de grupos para ensinar o que sei fazer. Apesar de ter dificuldade de ensinar porque não tenho estudo, gostaria de ensinar."

"Tem que ver com as empresas grandes da rua [Capitão Bragança] como podemos nos articular, formar uma rede. Tem gráfica, costureira, etc"

"Tudo que envolve dinheiro fica muito complicado, mas acho que poderia participar de atividades para comunidade, por exemplo, em relação ao lixo."

O entrevistado que já participa da economia solidária deu seu depoimento sobre o que o atraiu a participar:

"Além do preço justo, a divulgação. E poder me juntar com outras pessoas que fazem trabalho parecido. Por exemplo, as meninas que trabalhavam antes só com costura, agora vão fazer customização e vou ajudar a tingir. Já estamos formando uma rede. A Economia solidária tem essa facilidade, porque às vezes as pessoas não se conhecem, e ela ajuda a ter mais integração, a trocar informação etc."

Os entrevistados acreditam que há potencial na comunidade para desenvolvimento da economia solidária. A maioria afirmou que as pessoas na comunidade se ajudam e incentivam a participação nos projetos. Esta informação é contrária àquela levantada na pesquisa quantitativa. Porém, como se trata de uma pesquisa de opinião, pode ser que estas pessoas entrevistadas pela pesquisa qualitativa tenham uma forma diferente de olhar a questão da colaboração, até porque a amostra foi feita a partir de pessoas ou empreendimentos que tivessem algum potencial de cooperatividade. Por este motivo não é estranho que a pesquisa qualitativa tenha apresentado uma opinião diferente da quantitativa quanto à questão da colaboração na comunidade.

Apesar de os entrevistados acreditarem que há potencial de colaboração na comunidade, alguns deles ressaltaram que iniciativas de economia solidária teriam que ser pensadas a médio/longo prazo. Afirmaram ser necessário um insistente trabalho de mobilização:

"No começo é meio difícil, mas tem que insistir, ir conversando, contando, fazendo palestras. Aí um vai falando com o outro, dizendo que participa. Aí, aos poucos, as pessoas começam a participar".

Por fim, ao serem perguntados sobre como acreditam que as ações deste projeto no território podem contribuir com o desenvolvimento local, o aprendizado foi o mais citado, seja em relação aos cursos que capacitavam para organização de feiras, seja em relação aos cursos voltados para gestão dos empreendimentos ou reciclagem. Além disso, a possibilidade de geração de emprego e de articulação com o governo para conseguir recursos merecem destaque:

"Acho que o que o projeto vai deixar de mais importante é o aprendizado, porque, por exemplo, eu antes nem sabia o que era economia solidária."

"Acho importante o projeto deixar um suporte, por exemplo, para que a gente possa realizar feiras fora da comunidade também. Porque, com o projeto, é mais fácil o contato com Prefeitura. Mesmo que não tenha todo suporte como teve até agora, o grupo vai se esforçar para seguir por conta própria. Mas se pudéssemos ter uma ajuda para negociar o espaço, seria muito bom. O projeto já podia deixar agendadas algumas datas, em lugares diferentes."

"Nós estamos aprendendo a trabalhar com a reciclagem também, a criar nossas próprias embalagens recicladas. A limpar a feira no final, de forma que não sobre nada de resíduos. E essa preocupação com os resíduos, com o meio ambiente e com a cooperação são importantes para seguir na economia solidária. E quem trabalha com artesanato, tem que se juntar."

"Já está contribuindo para a formação das pessoas, oferecendo cursos, ensinando a administrar melhor nosso negócio. Poderia contribuir ainda ajudando a conseguir benefícios, recursos do governo."

"Ajudando as pessoas a se organizarem para conseguir a matéria-prima que a gente não tem aqui, e mais barata."

"Contribuindo para troca de informações e de material - muitas pessoas nem sabem o que as outras fazem. Pode contribuir também na geração de empregos."

"Vai fazer que as pessoas queiram se ajudar. Os empreendimentos podem desenvolver como um catálogo, dizendo o que podem oferecer para a economia solidária. Pode gerar emprego, mostrar a importância de reciclar, fazer cursos de capacitação."

Enfim, embora estas seis entrevistas representem apenas 5% do total de empreendedores participantes da pesquisa quantitativa, os depoimentos contribuíram para qualificarmos a interpretação de alguns dados apontados na etapa anterior. De maneira geral, o que se pode concluir destas entrevistas qualitativas é que, apesar dos entrevistados apontarem a dificuldade de desenvolvimento de iniciativas de economia solidária no Complexo de Manguinhos, por outro lado, apontaram também caminhos para superar esta dificuldade, que estariam diretamente relacionados à divulgação sobre o tema da economia solidária e incentivos do poder público.

Análise dos resultados em devolutiva

Após processamento e análise dos dados obtidos pela pesquisa, passamos a organizar as reuniões para realizar a apresentação desses dados para as comunidades pesquisadas. Além disso, estes encontros foram também utilizados para elaboração de um plano de ação, visando estimular e dar continuidade a iniciativas de economia solidária em Manguinhos.

As reuniões de devolução dos dados e elaboração do plano de ação foram realizadas em três momentos, em dias da semana, horários e lugares diferentes, visando contemplar a disponibilidade do maior número de pessoas. Uma das reuniões foi realizada na Cidade Universitária da Universidade Federal do Rio de Janeiro, em conjunto com o Cedac, para abranger o público participante das oficinas organizadas pela ONG. Seguindo a sugestão do Comitê Local de Pesquisa, as outras duas reuniões foram realizadas dentro dos territórios de pesquisa (Varginha e Vila Turismo). Como forma de mobilização para estas reuniões, foram entregues aproximadamente 110 convites em mãos, enviados cerca de 60 e-mails e efetuados contatos através de telefone.

Em cada sessão, foi feita uma apresentação dos resultados considerados mais relevantes da pesquisa quantitativa. De acordo com os pressupostos da pesquisa-ação, esta etapa de devolutiva dos resultados e análise conjunta, reunindo autores e atores no processo, é o momento em que se reflete e são propostos novos passos no sentido de resolver os problemas identificados. No âmbito da pesquisa realizada, tais problemas remetiam a (re)conhecer como é hoje a solidariedade, mais especificamente o potencial de cooperatividade dos entrevistados e da comunidade, e quais os passos possíveis para o fortalecimento da economia solidária no território.

Os ramos de atividade mais encontrados pouco trouxeram de novidade para a economia solidária e seu fortalecimento, com o predomínio de setores característicos da economia popular, como alimentação, bebidas e vestuário. Em relação ao setor de

vestuário, tão presente nas iniciativas de economia solidária em curso, cabe salientar que é altíssimo o índice de empreendimentos individuais, predominantes em nas comunidades pesquisadas em Manguinhos (56% na Vila Turismo e 51% na Varginha).

A informalidade, outro traço marcante da economia popular, é defendida tanto pelos empreendedores da Varginha (49%) quanto da Vila Turismo (56%), na medida em que a maioria entende que a formalização não seria vantajosa para o seu negócio/empreendimento. Reconhecendo que esta percepção tida pela maioria é verdadeira e recorrente, observamos, por outro lado, que a informalidade acaba imputando maior invisibilidade ou dificuldades adicionais de integração e articulação entre os próprios empreendedores e entre os empreendedores e possíveis instituições parceiras.

Se por um lado a formalização agrega contornos de "negócio legal", apresenta, por outro lado, o problema relatado na pesquisa qualitativa pelo empreendedor que "no momento, não tem como pagar os impostos", embora a cobrança seja permanente. A questão tributária confronta as perspectivas que por vezes sobressaem nas ações públicas, como de uma formalização em massa, com as características de instabilidade, sazonalidade e oportunidade associadas aos empreendimentos pesquisados.

Os resultados de caráter mais subjetivo, remetendo ao potencial de cooperatividade e ao interesse em iniciativas de economia solidária foram apresentados na devolutiva sem tivesse suscitado um debate mais acalorado. Pode ser em parte pelo fato de os presentes já terem ressaltado como percebiam a situação de descaso do poder público para com o território e, em parte, porque sobressaiu nas observações de campo um componente de baixíssima autoestima local.

Chama muita atenção o fato de que nenhum dos 161 empreendimentos entrevistados faça parte de qualquer fórum ou rede de articulação local. Assim como mais de 65% em Vila Turismo e 70% em Vargi-

nha não gostariam de participar de atividades voltadas ao desenvolvimento da comunidade, para as quais a maior alegação foi a falta de tempo. E ainda, apenas 22% em Varginha e 26% em Vila Turismo percebem na sua comunidade as pessoas cooperando baseadas em objetivos comuns e não apenas por troca de interesses.

Evidente que focos de tensão sempre vão existir, como acusações de que alguns participam de determinado processo somente para usufruírem de um ou outro benefício. O que nos parece um equívoco, porém, é uma espécie de olhar romântico como se nas comunidades, em especial, em favelas, a solidariedade reinasse absoluta e as ações voltadas à formalização por si só tivesse o poder de conduzir os empreendedores e seus funcionários a uma melhor posição econômica e social.

No tocante à economia solidária, a constatação básica é a de que há ainda um caminho longo a percorrer, mostrado pela afirmação de 68% dos empreendedores entrevistados na Vila Turismo e mais da metade na Varginha que jamais tinham ouvido falar no assunto e não sabiam do que tratava. Todavia, tanto na Varginha como em Vila Turismo mais da metade dos entrevistados (51% e 54%, respectivamente) possuem pelo menos algum interesse em participar de iniciativas de economia solidária.

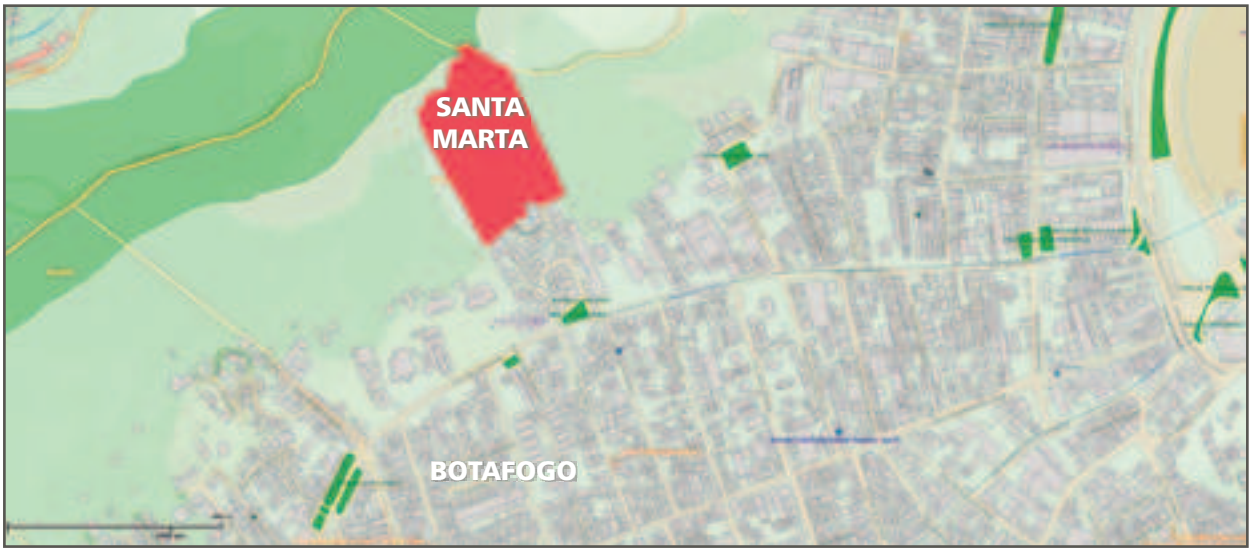
Ao final de cada apresentação, os participantes foram estimulados a pensar em ações que pudessem fortalecer a economia solidária no território. Essas ideias e sugestões foram sistematizadas, coletivamente, resultando no plano de ação abaixo. Este quadro foi elaborado a partir da contribuição de aproximadamente 22 pessoas, sendo estes moradores, empreendedores e representantes de organizações sociais do Complexo de Manguinhos.

Uma comissão, formada a partir das oficinas de organização de feiras do projeto, afirmou ter interesse em dar continuidade ao movimento da Economia Solidária no território, mesmo após a conclusão do Projeto Rio Economia Solidaria, buscando articulações com instituições públicas e privadas, inclusive para o desenvolvimento das iniciativas apontadas pelo plano de ação. Como possíveis parceiros foram relacionados: Prefeitura do Rio de Janeiro, Sedes, PAC Social, Conselho Comunitário de Manguinhos e Rede Manguinhos Sustentável, Fiocruz, Rede CCAP, Soltec/UFRJ, Asfoc, CRJ, Biblioteca, Secretaria de Cultura, MINC, Pontos de Cultura, e outros.

AÇÕES	RESULTADO ESPERADOS
Criação de uma agência de produção/comercializaçao de produtos de economia solidária	• Atrair pessoas para o movimento da economia solidária • Oferecer formação sobre práticas da economia solidária • Realizar reuniões para captar recursos para o desenvolvimento da economia solidária • Colocar em prática a ideiaa de produção coletiva
Participar dos Fóruns já existentes de economia solidária	• Articular parcerias • Fortalecer o Movimento de economia solidária
Shopping Popular de Economia Solidária de Manguinhos (verificar existência de algum local que não esteja sendo utilizado ou possível construção de local)	• Ampliar vendas • Divulgar produtos da economia solidária
Verificar a possibilidade de flexibilização das leis para comercialização de alimentos diante de uma comprovação de que a produção segue os princípios da economia solidária	• Feiras de comercialização de alimentos e aumento das vendas dos produtores do ramo
Realizar restudo com empresas e instituições locais para os produtos e serviços que consomem	• Estimular que elas consumam produtos e serviços da comunidade
Promover política pública de crédito solidário e fundo e desenvolvimento local para Manguinhos	Facilitar o acesso ao crédito
Verificar formas de utilização dos meios de comunicação já existentes, como forma de divulgar a economia da comunicação comunitária solidária	Promover/incentivar a divulgação da economia solidária através comunitária
Identificar potenciais de associação através da pesquisa realizada pelo Projeto Rio Economia Solidária com empreendimentos e outras fontes	Criar grupos de compra coletiva
Participar das reuniões do Grupo de economia solidária (encontros 2as, de 17 às 19h, no Ponto Solidário	Fortalecer grupo de economia solidária na comunidade
Identificar o que pode ser produzido para ser consumido pelos projetos públicos que se implantam na comunidade	Incentivar cooperativas/grupos/empreendimentos de produção voltados para a própria comunidade
Promover encontros de desenvolver rede de atores sócio-culturais na perspectiva do arranjo produtivo da cultura	Fortalecer a socioeconomia solidária da cultura

SANTA MARTA

CAPÍTULO 5



Localização do Santa Marta | Fonte: http://portalgeo.rio.rj.gov.br/ipp_viewer

Localização e informações gerais

A IDENTIDADE DA FAVELA: SANTA E NÃO DONA

O Morro Santa Marta fica localizado em Botafogo, Zona Sul do Rio de Janeiro, fazendo parte da IV RA-Botafogo e da Área de Planejamento 2. Também é conhecido como Morro Dona Marta. O acesso principal se faz pela Rua Marechal Francisco de Moura, 234. Sua base cadastral na Prefeitura do Rio de Janeiro corresponde às plantas 287-C-IV-3; 287-C-IV-6.

A comunidade recebeu o Programa Estadual de Urbanização em 2008, além do Programa Favela Bairro. Segundo o IBGE, o limite físico do Santa Marta coincide com o limite do respectivo "aglomerado subnormal" definido para fins censitários.

Os moradores se referem à favela como Santa Marta por causa da imagem da santa homônima guardada até hoje numa capela na parte mais alta do morro. A imagem teria sido levada para lá por uma antiga moradora ainda no início do século 20. Ela costumava rezar na localidade conhecida atualmente como Campinho do Pico. Com a chegada do Padre Veloso, nos anos 30, foi construída ali uma pequena igreja para abrigar a imagem e também servir como local de descanso.

O terreno ocupado atualmente pela favela pertencia ao Colégio Santo Inácio. Seus primeiros moradores foram abrigados ali pelo Padre José Maria Natuzzi. A maioria era formada por famílias pobres contratadas para trabalhar na ampliação da igreja do colégio ou agricultores que migraram para o Rio vindos do Vale do Paraíba após a crise do Café de 1929.

Dados secundários

O ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL

Segundo o IBGE (Censo, 2000 – Cálculos IPP/DIG) o IDS local é de 0,4432, enquanto que o IDS de todo o bairro de Botafogo é de 0,752. Essa diferença não é estranha, uma vez que o bairro de Botafogo é de classe média. Mas o IDS do Santa Marta foi o mais baixo das quatro áreas do projeto RIO ECOSOL, inferior aos aferidos em Cidade de Deus, Complexo do Alemão e em Manguinhos, puxado para baixo por conta principalmente do analfabetismo entre os maiores de 15 anos e por conta da rede adequada de esgoto atender a menos da metade dos domicílios.

COEFICIENTE DE GINI BAIXO | BAIXA DESIGUALDADE

O Coeficiente de Gini na região metropolitana do estado é 0,55. O Santa Marta é uma das comunidades menos desiguais, com Gini de 0,36.

BAIXO CRESCIMENTO POPULACIONAL

Pesquisa realizada recentemente pelo Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade – IETS estimou que a população em 2010 era de 4.688 habitantes. Embora não seja um dado oficial, levantado via censo demográfico, mostra um crescimento populacional relativamente pequeno ao longo de 10 anos, ficando na ordem dos 4%.

ESPECULAÇÃO IMOBILIÁRIA PÓS-UPP

Outro dado socioeconômico importante é referente aos valores atuais dos aluguéis, que mostram mudança abrupta após a implantação da UPP na comunidade. Na parte alta houve uma valorização dos imóveis de até 200%, enquanto que na parte baixa essa valorização foi de 74%.

ALTO ÍNDICE DE CARTEIRA ASSINADA

Apesar do baixo rendimento salarial dos trabalhadores prevalecem os empregos formais. O emprego com carteira de trabalho assinada (exceto funcionários públicos e militares) alcança 66% dos ocupados. O emprego sem carteira corresponde a 19%. A informalidade na contratação é notória entre trabalhadores domésticos, atingindo 57% dessa classe profissional. A maior prevalência de relações de trabalho formais tem reflexos sobre a porcentagem de ocupados que contribuem para a previdência (IETS, 2010). Essa porcentagem de trabalhadores formais é maior no Santa Marta do que na Região Metropolitana do Rio de Janeiro, para a qual a taxa de trabalhadores formais é de, aproximadamente, 44% (IETS/ SEBRAE). Esse é um dado que merece muita evidência, visto que aqueles que mais contribuem para a previdência, talvez não estejam recebendo a devida e merecida assistência.

ESCOLARIDADE BAIXA ENTRE OS MAIS VELHOS

Segundo o Censo de 2000, a escolaridade média dos 1.262 responsáveis por domicílio no Morro Santa Marta é de 4,6 anos de estudo, sendo que apenas 23,1% dos moradores têm 8 anos ou mais de estudos, o que equivaleria ao 1º grau completo, e 7,5% têm 2º grau completo.

Em relação às crianças e adolescentes o percentual de estudantes é mais significativo, 71% das crianças até os seis anos de idade estão estudando. Na faixa etária de 7 a 14 anos a grande maioria (94%) está na escola. O número de estudantes matriculados na faixa dos 15 aos 18 torna a ser inferior (71,4%), o que pode estar ligado à ocupação em postos de trabalho, formais ou informais. Nessa faixa etária é sempre menor a porcentagem de matriculados.

Mobilização comunitária

CRIAÇÃO DO COMITÊ LOCAL DE PESQUISA

A primeira etapa do processo de planejamento foi construir um perfil do participante do Comitê Local de Pesquisa. Sua função é a de acompanhar o processo de pesquisa, criticar a metodologia, indicar soluções de problemas, apontar caminhos e, sobretudo, trazer para a equipe de pesquisa o sentimento da comunidade em relação ao projeto. Para isso, o participante deveria ser atuante na comunidade, com bom conhecimento do local e de suas pessoas. Procuramos também envolver pessoas ligadas a grupos diversos, de modo que não houvesse uma concentração de opiniões convergentes, e que o Comitê fosse um espaço que refletisse a diversidade de pensamentos existente na comunidade.

O processo de mobilização para a formação do Comitê Local de Pesquisa foi fortemente baseado no conhecimento local dos agentes de pesquisa. E como eles foram escolhidos através de seleção pública, esta diversidade deveria estar refletida em seus perfis. Portanto, acreditamos que partindo da definição do perfil, os agentes puderam escolher os convidados para a reunião atendendo ao critério de diversidade desejado.

Dentre os convidados, estavam participantes de organizações comunitárias e não governamentais, projetos esportivos e de música, moradores considerados lideranças locais, moradores que se interessam e participam dos espaços comunitários, pessoas ligadas à associação de moradores e associação de comerciantes, além de locutores e diretores da Rádio Comunitária Santa Marta.

Independente de alguns convites especialmente direcionados, vale destacar que o Comitê Local de Pesquisa se constituiu enquanto espaço aberto à participação de qualquer morador.

A mobilização para as reuniões foi feita, em geral, através de convites impressos distribuídos a pessoas-chave escolhidas. Além disso, outro elemento utilizado foi a internet: à medida que conseguíamos mais endereços eletrônicos de moradores, passamos a divulgar as reuniões por meio virtual.

Outro elemento que ajudou bastante foi a Rádio Comunitária Santa Marta. Criada em outubro de 2010, a Rádio se tornou uma referência de informação local qualificada da favela para a favela. Todos os locutores eram moradores, a grande maioria sem experiência no ramo. Entretanto, a rádio foi fechada pela Anatel e pela Polícia Federal em maio de 2011, por não possuir uma outorga de rádio comunitária.

A discussão legitimidade versus legalidade, em relação à rádio comunitária, possui um paralelo muito interessante com a própria economia solidária. Enquanto pesquisador dentro do território, foi muito fácil perceber o valioso papel cumprido pela rádio. Ao dar espaço para os problemas da comunidade, a rádio fez com que os moradores pudessem ouvir sua voz naquele veículo, aplicando na prática o princípio da comunicação popular, em que os moradores se transformam sujeitos da sua própria comunicação de massas.

Diante disto, a questão da legalidade da rádio passa para um plano secundário, no momento em que o meio de comunicação se torna completamente legitimado pela comunidade. Da mesma forma, dentro da economia solidária, o debate da legalização, ou formalização, também é tratado de forma secundária no momento em que o empreendimento tem suas raizes ligadas ao território. Ter ou não um número de registro não altera em nada as características solidárias, coletivas e territorializadas de um empreendimento.

A MOBILIZAÇÃO

No período de seu funcionamento, a Rádio foi utilizada para mobilização em dois espaços: a rádio em si, onde foram feitas algumas entrevistas sobre o projeto; e as reuniões da rádio, realizadas quinzenalmente, em que o projeto tinha espaço para informes.

É notório que a favela do Santa Marta é carente em espaços de debate comunitário. As questões relativas à comunidade são debatidas nos becos, nos bares, mas não existe um espaço consolidado onde estas questões sejam colocadas e encaminhadas.

Desta maneira, o espaço de reunião da Rádio Santa Marta cumpriu, durante 8 meses, o papel de agregar num mesmo local diversos moradores engajados na melhora da comunidade. A diversidade de linhas de pensamento entre os participantes destas reuniões também chamava a atenção. Por isso, o espaço foi utilizado diversas vezes para divulgação das ações do projeto e reuniões do Comitê Local de Pesquisa (CLP).

Algumas reuniões do CLP foram realizadas em conjunto com o Cedac; mesmo com o público-alvo diferente, diante da dificuldade de mobilização, em alguns momentos foi interessante juntar esforços para alcançar um maior número de pessoas. É imporante notar que as frentes de trabalho dentro do mesmo território devem dialogar e atuar de forma conjunta, somando esforços sempre que possível na mobilização.

Mesmo com todo este esforço de mobilização, o número de participantes foi em geral baixo. As reuniões contaram em média com 5 a 10 participantes da comunidade, fora aqueles que estavam trabalhando no projeto. Porém, algumas reuniões contaram com 2 participantes.

Esta dificuldade na mobilização pode ter diversas explicações. Uma delas é a saturação da comunidade em relação a projetos de pesquisa. O Santa Marta, tido como favela modelo, localizada na Zona Sul, se tornou alvo de diversas pesquisas após a implantação da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP). Em geral, ouve-se que a maioria das pesquisas não teve o cuidado de retornar os dados para a comunidade.

Foi perceptível que, no decorrer da pesquisa, o grau de mobilização comunitária no Santa Marta era muito baixo. Como já descrito acima, não existia espaço de discussão comum sobre os problemas da comunidade. O que mais se assemelhou a isso foram as reuniões da Rádio Santa Marta, que foram desmobilizadas alguns meses após a polícia confiscar os transmissores e fechar rádio. Nelas, o simples fato do encontro entre diversos atores sociais no mesmo espaço era capaz de gerar um debate rico sobre as questões da favela, mesmo que isso não fizesse parte da pauta oficial da reunião.

Nas reuniões do CLP e em outros espaços coletivos de diálogo, além das entrevistas qualitativas, a história de cooperação na construção do Santa Marta é sempre citada. Os mutirões para construção da caixa d'água são orgulho dos moradores mais antigos, que se ressentem que atualmente esse espírito coletivo está enfraquecido. Da mesma forma, o projeto não foi capaz de reavivar esta mobilização para construção da economia solidária no local.


INAUGURAÇÃO da BARBEARIA
Thiago & Nem
10 Maio
HORÁRIO 10h às 20h

O FUNCIONAMENTO DO COMITÊ

Foram realizadas seis reuniões do Comitê Local de Pesquisa. O total de participantes em cada uma foi de 16, 14, 15, 30, 7 e 10 pessoas, incluindo os participantes do projeto, que eram moradores também. Apesar da flutuação, houve algumas presenças constantes. Tivemos a participação de locutores da rádio, integrantes do Grupo Eco, de empreendimentos locais, de projetos sociais, e lideranças comunitárias.

REUNIÃO 1
Apresentação

A primeira reunião do CLP contou com 5 participantes da comunidade, além dos pesquisadores do projeto. Após uma contextualização sobre o projeto em si, e o papel do comitê local de pesquisa, chegou-se à pergunta sobre a cooperatividade na comunidade.

Foram citados pelos participantes a falta de interesse político e comunitário, por uma lado, mas também a solidariedade entre moradores em caso de doença, ou transporte de material, por outro. Isso ainda existe, de forma mais forte do que fora do morro. Cooperatividade estaria enraizada nas relações pessoais, mas acharam difícil estendê-la à dimensão econômica.

Moradores que já trabalham com economia solidária citaram os problemas práticos do dia a dia do trabalho coletivo: brigas por qualquer motivo, envolvendo a repartição dos ganhos, muitas dificuldades para ir em frente. Diante disso, mostraram expectativa de que o projeto mostre que economia solidária dá resultados.

Entretanto, rapidamente a conversa foi desviada para os problemas do Santa Marta. A maquiagem sofrida pela favela foi citada, como no caso da pintura que contemplou apenas as casa que podem ser vistas da rua. A existência de barracos de madeira e esgoto a céu aberto também foi comentada. Entre outros aspectos, foram citados os projetos que entram e saem sem dar retorno, o autoritarismo da UPP, problemas com a associação de moradores, a separação entre moradores de baixo e do pico, o recolhimento do lixo, e as tarifas de água e luz .

Chegou-se a conclusão de que não havia um fórum de debate permanente e organizado sobre os problemas do Santa Marta. Apesar destes problemas não estarem diretamente relacionados ao projeto, a pesquisa não poderia ignorá-los, e deveria se pensar em como incorporá-los ao trabalho.

REUNIÃO 2
O território de pesquisa

Ao contrário das outras comunidades deste projeto, o Santa Marta possui uma delimitação mais clara. Os limites superior e laterais são bem definidos, restando uma dúvida apenas quanto ao limite inferior.

Na 2a reunião do Comitê Local de Pesquisa houve a definição do território: desde a Praça Corumbá (Rua São Clemente, entre as ruas Marechal Francisco Moura e Barão de Macaúbas), até os muros laterais e superior que cercam a favela.

Foi colocado que a área entre a Rua São Clemente e o início das escadarias normalmente não é considerada parte da favela. Entretanto, ela foi considerada relevante para a pesquisa, pois apesar de não ser pertencer ao Santa Marta, o comércio de barraquinhas no local é feito por moradores do morro, e o público-alvo também são os moradores.

REUNIÃO 3
Devolução dos dados secundários para o Comitê

Uma vez definido em nossa pesquisa-ação o Comitê Local de Pesquisa como o espaço organizado, voltado a possibilitar a participação da comunidade em todas as etapas da pesquisa, a terceira reunião do Comitê no Santa Marta teve como objetivo principal a apresentação dos dados secundários levantados no início na pesquisa. Além disso, compreendeu uma breve apresentação do projeto, e do estado de andamento da pesquisa.

Foram mobilizados os participantes das reuniões anteriores, além de atores sociais já mapeados. Foram convidados também os locutores da Rádio Santa Marta, durante a reunião quinzenal da rádio.

Dois aspectos da reunião causaram muito boa impressão. Em primeiro lugar, a própria coletânea de dados secundários em um documento foi bem apreciada, já que as diversas pesquisas sobre o San-

ta Marta estavam dispersas. Dados oficiais sobre escolaridade e tamanho da população, que sempre causam polêmica, estavam reunidos no mesmo documento. O relatório impresso também foi apresentado, mas como ainda era uma versão preliminar, não pode ser deixado no local.

Em segundo lugar, as fotos antigas estampadas na apresentação serviram bem ao propósito de tornar os números mais leves e descontrair o ambiente. Coletadas pelo projeto memória, as fotos antigas mostravam pessoas que rapidamente foram identificadas pelos presentes.

A partir da apresentação dos dados, surgiram questionamentos evidenciando a difícil delimitação do papel da pesquisa: "Vamos conseguir uma ambulância para o Santa Marta através do projeto?" Sobre o que explicamos que as ações do projeto estão ligadas diretamente à economia solidária, não sendo, portanto papel nosso reivindicar melhoria no atendimento à saúde da população. Entretanto, sabemos que a economia solidária não pode existir separadamente do contexto local. Portanto, se a falta de ambulância é um problema crucial para a comunidade, esta informação deve ser considerada no sentido de integrar as ações de ecosol com políticas básicas de educação, saúde e outras que são indispensáveis para a melhoria de vida dos moradores.

A baixa escolaridade mostrada nos dados também foi muito comentada, ressaltando-se a piora nas condições de educação da geração atual em relação às anteriores.

REUNIÃO 4
O mapeamento dos atores sociais

A quarta reunião do CLP teve como objetivo apresentar o mapeamento dos atores sociais. A seguir, apresentamos o processo de preparação deste mapeamento, sua apresentação ao CLP e as conclusões desta etapa.

• PROCESSO DE MAPEAMENTO

A definição dos atores sociais elaborada pela equipe foi colocada como "entidades ou pessoas que possuem alguma atividade que vise ao desenvolvimento comunitário". Propositalmente ampla e genérica, a definição permitiu que fosse elaborada uma lista para ser posteriormente debatida no Comitê Local de Pesquisa.

Como subsídios para a listagem foram utilizados alguns documentos produzidos no próprio pro-

jeto anteriormente. O primeiro deles foi resultado das dinâmicas realizadas nos seminários de apresentação do projeto na comunidade. Realizado em duas ocasiões, os participantes foram estimulados a citar empreendimentos e atores locais do Santa Marta.

Além deste subsídio, o Ponto Solidário também realizou um levantamento preliminar, que foi utilizado como base inicial. Vale lembrar que, em ambos os levantamentos, não houve distinção clara entre empreendimento e ator social, de modo que eles também servem de base para o arruamento, que será detalhado adiante.

Entre os indivíduos, foram listados aqueles que teriam reconhecido trabalho em prol da comunidade, mas sem vínculo com nenhuma organização. Entre as mais de 30 entidades, foram listadas creches, igrejas (apenas aquelas que possuíam trabalho social), projetos de música, esportes, crianças e idosos, ONGs locais, a escola de samba, associação de moradores, rádio comunitária, programa de saúde da família, bibliotecas, e o próprio ponto solidário.

Para cada um deles foi preenchida uma ficha, que se encontra no Apêndice I - Ficha dos Atores Sociais. A partir destes dados tabulados, foi feita uma lista apresentada no Comitê Local de Pesquisa.

• APRESENTAÇÃO DOS ATORES SOCIAIS

A primeira etapa foi definir o que era considerado ator social: "Organização ou pessoa cujas atividades reconhecidamente contribuam para o desenvolvimento da comunidade". Em seguida, foi apresentada uma lista com os atores que havíamos mapeado, contendo nomes de instituições e pessoa de contato. Em um primeiro momento, optou-se por não colocar os atores individuais, evitando possíveis constrangimentos.

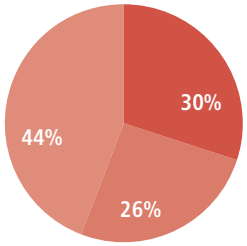
Da análise coletiva vieram questionamentos; primeiro, em relação a alguns projetos de esporte, sobretudo os vinculados à UPP, que não eram conhecidos pela maioria dos presentes. A vinculação de nomes às entidade também gerou certo ruído. A ausência de certas igrejas também foi questionada, mas o critério de haver um trabalho social foi explicado e aceito.

Com o avançar do debate, chegou-se à noção de que atores sociais seriam entidades consultadas quando houvesse necessidade de diálogo com o governo para implementação de política pública. Diante deste entendimento, foi exigido que a lista fosse apresentada no relatório final do projeto com uma qualificação dos atores, ao contrário do que foi feito na reunião. Dados como tempo de existência e relação com o poder público seriam fundamentais, neste sentido, para qualificar os atores locais.

• RESULTADOS DO MAPEAMENTO

No Santa Marta foram mapeados trinta atores sociais que tem, em média, onze anos de atuação no território, o que significa um ator social para cada 151 habitantes. Trata-se da comunidade onde apresenta-se um potencial maior de mobilização se comprada aos demais territórios, caso os atores sociais indicados – pessoas físicas e instituições - se alinhem às ações propostas pelo projeto RIO ECOSOL.

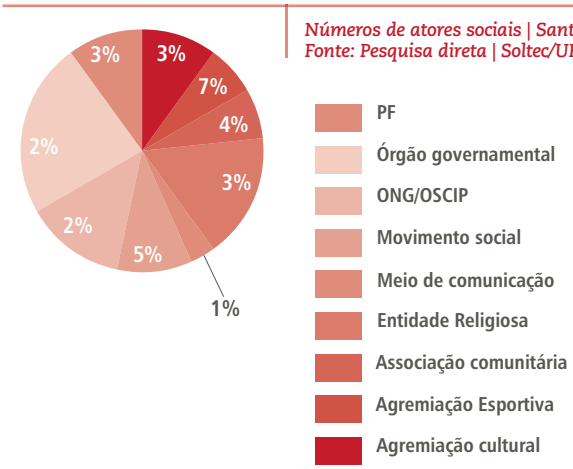
A instituição mais recente possui três meses de atuação e trata-se de uma ONG voltada para arte e cultura. A instituição mais antiga é uma igreja e tem 70 anos de atuação na localidade. Conforme vemos no gráfico abaixo, a maioria dos atores tem menos de 10 anos de atuação, sendo os mais antigos aqueles que têm caráter religioso.



Tempo de atuação dos atores sociais. | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Em relação ao perfil jurídico dos atores, três são pessoas físicas: um educadora que tem desenvolvido projetos com crianças locais e duas pessoas que têm trabalhado com o turismo no Santa Marta.

Em relação às organizações sociais e projetos, a maioria são projetos desenvolvidos diretamente por órgãos governamentais ou seus representantes, seguidos por ONGs/OSCIPs e entidades religiosas.



Números de atores sociais | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Sobre a característica geral das ações desenvolvidas a maioria está voltada para a educação de jovens e adolescentes e para o reforço escolar, seguido de formação musical ou artística e atividades esportivas e de lazer. As entidades religiosas locais não desenvolvem projetos sociais e têm suas atividades voltadas para o atendimento religioso ou espiritual de seus seguidores. Três órgãos governamentais têm caráter informativo ou de apoio ao desenvolvimento local, mas não tem atividades próprias.

REUNIÃO 5
Apresentação dos dados da pesquisa

As últimas reuniões do comitê local de pesquisa foram dedicadas a apresentar resultados preliminares da pesquisa. A seguir, apresentamos o processo da pesquisa, seus resultados e conclusões.

Aplicação da pesquisa quantitativa

ARRUAMENTO

O primeiro passo para a aplicação da pesquisa foi a definição de uma divisão do morro entre os agentes de pesquisa. A equipe, formada por cinco agentes e um auxiliar de pesquisa, foi dividida de forma que duas pessoas se dedicaram somente à digitação, e as outras 4 foram a campo fazer as entrevistas.

Desta forma, se fez necessária a divisão do Santa Marta em 4 áreas: Cantão, Pé da Escada, Cerquinha e Pico. Estas áreas não são perfeitamente divididas, mas os agentes definiram entre eles as fronteiras, de modo que não corrêssemos o risco de entrevistar duas vezes o mesmo empreendimento. Feito isto, partimos para fazer o arruamento, ou seja, percorremos as ruas e becos listando os empreendimentos que havia.

Assim como no caso dos atores sociais, o arruamento partiu de levantamentos iniciais feitos pelo Ponto Solidário e pelo Cedac. Mesmo assim, foi necessário verificar se o empreendimento de fato existia, e a localização correta e pessoa de contato.

Durante este trabalho, foi constatada a dificuldade de se trabalhar apenas com endereços no modelo rua/número no Santa Marta. A partir da implantação da UPP, e a consequente regularização do fornecimento de energia pela Light, muitas ruas mudaram de nome, e outras que não tinham nome foram batizadas. É claro que leva tempo até que isso se insira na cultura local. Foi então definida a estratégia de recolher novas referências, além do endereço, para localizar com precisão o empreendimento.

O produto deste processo foi uma planilha contendo 125 empreendimentos. A tabela contendo nome do empreendimento, responsável, telefone, endereço e referência serviu também para o controle da realização das entrevistas, com os campos de data da entrevista, motivo da recusa, revisado e digitado.

Com isso, a planilha acompanhou cada empreendimento, desde o seu mapeamento, até a digitação final do questionário, passando pela entrevista e verificação do questionário.

PRÉ-TESTE

Os empreendimentos do pré-teste foram definidos em conjuntos com os agentes. Optou-se por locais onde os agentes tivessem acesso facilitado. Mesmo considerando que a relação próxima dos agentes poderia atrapalhar a pesquisa, causando algum constrangimento ao entrevistado, a facilidade de abordagem neste primeiro momento seria muito importante. Foram relatadas situações do tipo: "Não aguento mais fazer entrevistas, não confio nestas pesquisas, mas como é você que está pedindo, eu faço."

O prazo estipulado para realizar as primeiras entrevistas teve que ser duplicado. Em geral, os agentes tiveram dificuldades com a disponibilidade do entrevistado, sobretudo por conta do carnaval: para alguns, era tempo de descanso, para outros, era tempo de muito trabalho.

Além disso, como já imaginado, ocorreu uma certa resistência em fazer as entrevistas. Pré-definir os empreendimentos antes da entrevista revelou-se, em particular no Santa Marta, uma estratégia ruim, pois perdeu-se muito tempo tentando fazer estas entrevistas. O correto deveria ter sido tentar imediatamente outro, diante da recusa de um.

FLUXO DE INFORMAÇÕES

Os questionários foram levados para os agentes no dia 02/06/2011. Neste dia, foram tiradas as últimas dúvidas, e os procedimentos de gerenciamento da aplicação foram discutidos. Foi incentivado em todos os casos que se preenchesse, ao final da entrevista, as condições em que ela foi feita. Essa informação foi essencial para avaliar a seriedade com que a entrevista foi respondida. A partir destas observações, pode-se tirar muitas conclusões gerais sobre o tecido sócio-produtivo do Santa Marta.

Os questionários do Santa Marta receberam os números de 1 a 100. Estes foram divididos em 4 blocos – 1 a 25, 26 a 50, 51 a 75, e 76 a 100. Cada bloco foi entregue a um dos quatro agentes de pesquisa. A outra agente, responsável pela digitação, e o auxiliar de pesquisa iriam ajudar na revisão dos questionários até que houvesse questionários para digitação. A dinâmica inicial foi definida da seguinte maneira: os questionários eram preenchidos no campo, e entregues à agente digitadora ou ao auxiliar de pesquisa. Após revisar e tirar as dúvidas, os questionários eram encaminhados para o pesquisador, para uma revisão final e posterior entrega para a digitação.

Cada agente recebeu a planilha de arruamento impressa. Nela, a coluna de referência (Pé-da-Escada, Cantão, Cerquinha e Pico) indicava o agente responsável primário pela pesquisa junto ao empreendimento. Ficou claro que poderiam efetuar trocas, desde que de forma combinada para não gerar visitações duplas. Como o Santa Marta é pequeno e a maioria se conhece, alguns agentes têm mais ou menos intimidade com os entrevistados. Portanto, ficou por conta dos entrevistadores fazerem um rearranjo de modo a facilitar as entrevistas.

Com o passar do tempo, a revisão dos questionários, que no princípio era feita primeiro pelos digitadores e depois pelo pesquisador, passou a ser feita diretamente pelo pesquisador. A mudança ocorreu por dois motivos básicos: o primeiro é que os digitadores, depois das primeiras semanas, já tinham um volume razoável de questionários a digitar. Além disso, a curva de aprendizado dos agentes de pesquisa fez com que os erros fossem menos frequentes e, sobretudo concentrados em algumas perguntas especificamente mais complexas.

Após a revisão dos questionários pelo pesquisador, o agente responsável pela entrevista era chamado para dirimir as dúvidas do preenchimento. Foram notáveis as confusões nas perguntas de 11 a 15. Elas versam sobre a forma de organização do empreendimento (familiar; não-familiar; individual; micro-empresa), o número de trabalhadores, a relação da família com o empreendimento, e o vínculo e forma de remuneração dos trabalhadores. As fronteiras neste campo são sempre muitos tênues, principalmente em se tratando do perfil majoritário do Santa Marta: empreendimentos individuais ou familiares, cuja renda representa fonte financeira secundária. Nestes casos, muitas vezes é difícil definir quantas pessoas trabalham no empreendimento, já que algumas ajudam esporadicamente, ou a forma de remuneração, que corresponde muitas vezes a apenas uma mesada, em outras nem isso.

CONTROLE

O controle foi feito através da planilha de arruamento, que contém os nomes dos empreendimentos, endereços e os agentes responsáveis. Dos cerca de 125 listados inicialmente, 25 foram retirados por não terem sido encontrados, ou por já terem fechado, ou por estarem listados de forma duplicada. Dos 100 restantes, conseguimos ao final de dois meses 73 questionários preenchidos, revisados e digitados. Para os empreendimentos em que não se conseguiu fazer a pesquisa, há um campo em que deve ser preenchido o motivo: recusado, não encontrado, não tem tempo, não existe mais, etc. Os motivos da dificuldade em fazer a entrevista seguiram o mesmo padrão nos dois meses: dificuldade de encontrar o empreendedor, resistência a fazer a pesquisa, e pesquisas concomitantes ocorrendo no território.

PROBLEMAS ENFRENTADOS

Em geral, houve uma dificuldade muito grande em fazer as entrevistas. Ao longo do tempo, fomos notando uma progressiva desmotivação por parte dos agentes. Esta pode ser explicada por dois motivos principais. Em primeiro lugar, há a dificuldade cada vez maior em realizar as entrevistas, na medida em que as "fáceis" vão sendo realizadas e sobram as mais complicadas. Além disso, sendo o último mês de trabalho, os agentes já se preocupavam com o próximo trabalho que irão realizar.

Como estratégia para tentar reverter o quadro, foi adotada uma cobrança maior sobre os agentes, além de um rodízio entre eles, de modo que pesquisas rejeitadas para um agente fossem tentadas por outro.

• DIFICULDADE DE ENCONTRAR OS ENTREVISTADOS

Grande parte dos empreendimentos do Santa Marta não gera a renda principal do indivíduo ou família. Muitos trabalham durante o dia, e só chegam à noite em casa. Exercem a atividade empreendedora nos fins de semana e nos tempos livres. Portanto, espera-se que o fim de semana e o horário noturno sejam bons momentos para realizar a pesquisa.

• RESISTÊNCIA

Mesmo quando os empreendedores são encontrados, muitos apresentam resistência. Não chegam a negar a pesquisa, mas pedem para passar em outro horário, quando estiver mais calmo. Em alguns casos, marcam horário e mesmo assim, na hora alegam não ter tempo. Nesses casos, é difícil saber o real motivo da resistência, mas podemos especular que seja relativo ao "Choque de Ordem" de legalização dos empreendimentos.

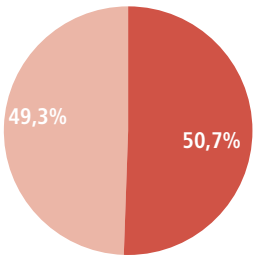
• PESQUISAS CONCOMITANTES

Na mesma semana em que iniciamos a pesquisa, o Sebrae também estava realizando uma, de caráter completamente diferente da pesquisa do RIO ECOSOL, mas com público-alvo semelhante. O objetivo da pesquisa do Sebrae é estimular a legalização dos empreendimentos, através do registro como Micro Empreendedor Individual – MEI. Segundo relatos, os pesquisadores atuam de forma bem contundente, visitando os empreendimentos diversas vezes. Os moradores se sentem ameaçados, achando que serão multados caso não se legalizem. Desta forma, aqueles que não querem se legalizar, também se tornam refratários à pesquisa do Soltec/UFRJ. Outra pesquisa concomitante foi realizada pela empresa de serviços públicos Light.

Resultado da pesquisa quantitativa

PERFIL DO ENTREVISTADO

No Santa Marta foram entrevistados um total de 73 empreendedores. Em relação ao gênero, houve a seguinte distribuição entre os sexos femininos e masculinos: 49,3% de entrevistadas e 50,7% de entrevistados.



Perfil dos entrevistados, por sexo |Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Em relação à escolaridade[86], cerca de 58,9% dos entrevistados têm até 8ª série incompleta. Percebemos que um percentual grande dos entrevistados tem apenas a quarta série incompleta (19,2%). Cerca de 41% dos entrevistados iniciaram o segundo grau, mas apenas 13,7% concluíram esta escolaridade – interrompendo então os estudos. Em relação ao nível superior, 6,8% chegaram a iniciá-lo, mas não o concluíram, e 5,5% conseguiram concluir. Um dos entrevistados também fez uma especialização.

A idade média do entrevistado no período da pesquisa foi de 44 anos, sendo que as entrevistadas tinham, em média, 45 anos, enquanto os homens tinham 43 anos em média.

MÉDIA	
Média geral	43,8
Média dos homens	42,9
Média das mulheres	44,7

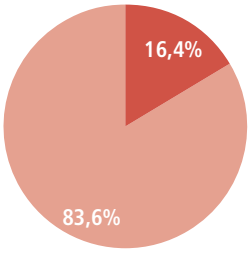
Perfil dos entrevistados, por sexo | Santa Marta

Em relação às faixas etárias, 24,7% dos entrevistados tinha idade acima de 50 anos. A maioria (54,8%), no entanto, tinha entre 35 e 49 anos, como a média de idade já indicou. Um percentual menor (20,5) tinha entre 19 e 34 anos.

FAIXA ETÁRIA	
Acima de 50 anos	24,7
Entre 35 e 49 anos	54,8
Entre 19 e 34 anos	20,5

Perfil dos entrevistados, em relação à faixa etária | Santa Marta

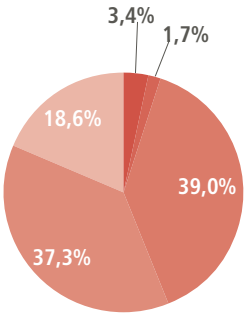
Foi perguntado aos entrevistados se eles tiveram ou foram sócios de algum empreendimento antes do que possuíam no momento da entrevista. A maioria deles (83,6%) respondeu negativamente. Entre aqueles que tiveram um empreendimento anterior (12 entrevistados), cinco informaram que mudaram de negócio porque o anterior faliu; um disse que sua sociedade não deu certo e; dois disseram que tiveram uma oportunidade melhor e por isso deixaram o antigo empreendimento.



Foi proprietário de outros negócios/ empreendimentos anteriormente antes do atual | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Sim
- Não

A maioria dos entrevistados aufere com seus empreendimentos até três salários mínimos. Cerca de 19% obtêm menos de meio salário mínimo; e 37% conseguem entre meio e um salário mínimo ao mês. A maioria consegue entre um e três salários, e um grupo bem pequeno, de 5,1% dos entrevistados consegue auferir mais que três salários mínimos com seus empreendimentos.[87]

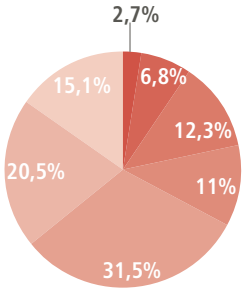


Rendimento mensal obtido com o empreendimento | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Até meio salário mensal (até R$ 272,50)
- Entre meio e 1 salário mínimo (entre R$ 272,51 e R$ 545,00)
- Entre 1 e 3 salários mínimos (entre R$ 545,01 e R$ 1.635,00)
- Entre 3 e 5 salários mínimos (entre R$ 1.635,01 e R$ 2.725,00)
- Mais de 5 salários mínimos (acima de R$ 2.725,00)

PERFIL DO EMPREENDIMENTO

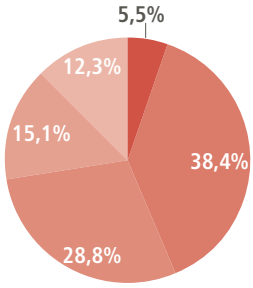
Os empreendimentos no Santa Marta têm, em média, 10 anos de existência, sendo que o empreendimento mais recente ainda não completou um ano. Como mostra a média, a maioria (31,5%) tem entre 6 e 10 anos de existência, sendo que 20,5% têm entre 2 e 5 anos. Cerca de 33% dos empreendimentos têm mais de 11 anos de atuação no território.



Tempo de existência do empreendimento | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Até 1 ano
- Entre 2 e 5 anos
- Entre 6 e 10 anos
- Entre 11 e 15 anos
- Entre 16 e 20 anos
- Entre 21 e 30 anos
- Acima de 30 anos

Em relação ao setor de atividade, a maioria dos empreendimentos atua no setor de produção e comércio (38,4%), seguido pelo setor de serviços (28,8%). O setor de comércios também se destaca (15%), ainda mais se somado a categoria "comércio e serviços" (5,5%). Esta opção foi dada porque alguns empreendimentos atuavam tanto no fornecimento de serviços quanto no comércio.



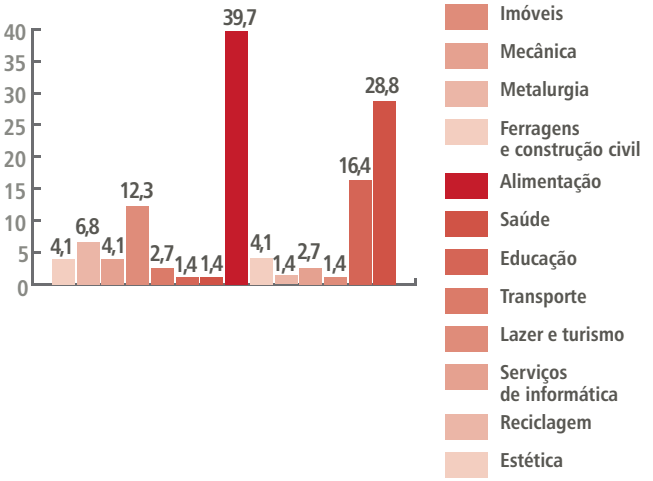
Principal setor de atividade | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Produção
- Comércio
- Serviço
- Produção e comércio
- Comércio e serviços

86 Apesar das mudanças ocorridas na seriação da escolaridade nos últimos anos, optamos pela forma mais conhecida entre os entrevistados, de modo a evitar confusões entre o modo como eles conheciam as séries enquanto estavam na escola e o modo atual, dividido em anos e segmentos.
87 Aqui vale ressaltar que não se trata do "faturamento" do rendimento, mas quanto o entrevistado consegue auferir (ou retirar) para si próprio como pagamento por seu trabalho.

Em relação aos ramos de atuação, destaca-se o setor de alimentação, com quase 40% dos empreendimentos[88], seguido pelo ramo de vestuário (28,8%) e bebidas (16,4%). É possível que muitos dos empreendimentos do ramo de alimentação também atuem no ramo de bebidas, principalmente quando estão no setor de comércio. É o caso das 18 "biroscas" (mercearias) entrevistadas no local. No Santa Marta destacaram-se também os empreendimentos voltados para o lazer e turismo, representados por cinco empreendimentos (12,3%). Estes empreendimentos se caracterizam por realizar festas e eventos no morro, e promover passeios e hospedagem de turistas na favela.

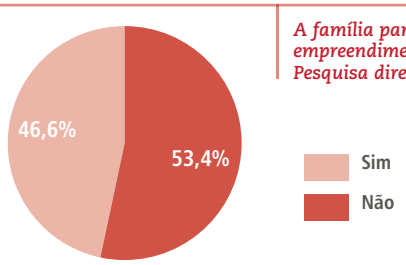
Ramos do empreendimento | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Em relação à sua forma de organização, quase 59% dos empreendimentos são negócios individuais, seguidos de pequenas empresas (15%) e empreendimentos de perfil mais familiar (15%).

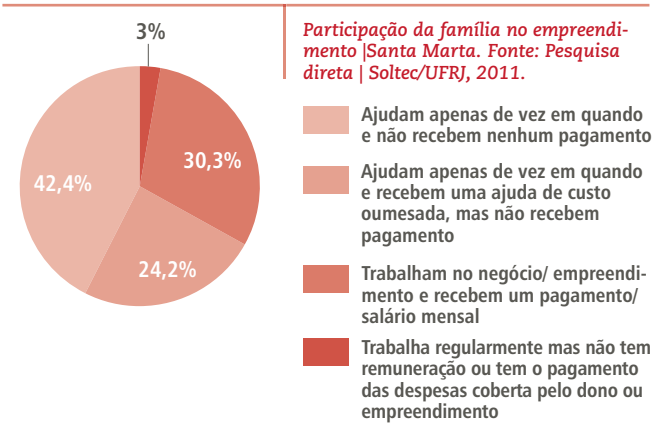
Ainda em relação à participação da família nestes empreendimentos, 46,6% dos entrevistados afirmaram que contam com o apoio de algum membro da família, tanto de forma remunerada quanto não remunerada.

A família participa no negócio/ empreendimento | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Em relação à forma de participação, quatorze entrevistados (42,4%) disseram que a família ajuda de vez em quando, porém sem remuneração; dez deles (30,3%) disseram que os familiares trabalham no empreendimento e recebem um salário mensal para tal; oito (24,2%) afirmaram que pagam uma mesada ou ajuda de custo em troca da ajuda eventual de um familiar.

Participação da família no empreendimento |Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



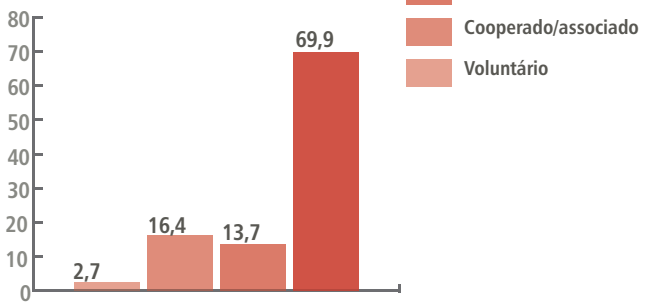
No Santa Marta os empreendimentos entrevistados ocupam um total de 167 pessoas, com uma média de 2,3 empregados por empreendimento. Porém esta média pode ser elevada por um único empreendimento que ocupa 30 pessoas. Se retirarmos este empreendimento, a média cai para 1,9 pessoas. Percebemos então que a sua exclusão aproxima a média do perfil da maioria dos empreendimentos do Santa Marta, que são formados por uma pessoa, representando 63%. Os empreendimentos que ocupam entre duas e três pessoas somam 26%, e aqueles que ocupam mais de 4 pessoas somam 11%.

Em relação ao gênero das pessoas ocupadas no empreendimento, a maioria são homens (53,3%).

QUANTIDADE DE PESSOAS QUE TRABALHAM NO EMPREENDIMENTO	BASE	%
Homens	89	53,3
Mulheres	78	46,7
Total	167	100,0

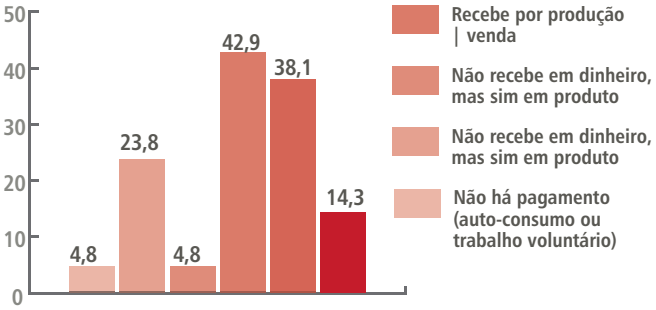
Em relação ao vínculo empregatício, nenhum entrevistado afirmou ter empregados com carteira assinada. Os empreendimentos que não têm funcionários (69,9%) são aqueles conduzidos apenas pelo proprietário, que configura a maior parte dos empreendimentos. Cerca de 14% dos empreendimentos tem trabalhadores informais e 16,4% afirmaram que têm trabalhadores associados ou cooperados. Dois entrevistados afirmaram que têm trabalhadores voluntários, que ajudam no empreendimento (2,7%).

Vínculo dos trabalhadores no empreendimento | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Em relação à forma de remuneração, quase 43% dos empregados recebem por produção ou venda, enquanto 38% recebem por rateio. Como temos um número significativo de empreendimentos que contam com apoio familiar, observamos que 23,8% recebam através de ajuda de custo ou mesada. Apenas 14,3% têm salário fixo, enquanto 4,8% não têm pagamento, pois produzem também para auto consumo ou o trabalho é voluntário.

Forma de remuneração das pessoas que trabalham no empreendimento (%) |Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



88 Havia a possibilidade de um mesmo empreendimento atuar em mais de um ramo. Por isso a soma não fecha em 100%.

GESTÃO DO EMPREENDIMENTO

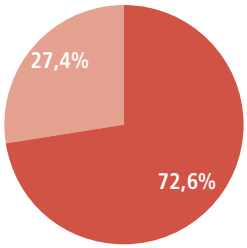
Foram feitas algumas perguntas para se pensar os modos como são geridos os empreendimentos. Assim, perguntamos para os entrevistados cujos empreendimentos não eram individuais se costumavam consultar outras pessoas na tomada de decisões[89]. Cerca de 18% dos entrevistados costuma consultar a família, enquanto 16% consultam seus sócios. Apenas dois empreendedores disseram que consultam seus funcionários.

PESSOAS A QUEM COSTUMA CONSULTAR NA HORA DE TOMAR DECISÕES SOBRE O EMPREENDIMENTO[90]	BASE	%
Família	13	17,8
Sócios/ coletivo de coordenação/ gestão	12	16,4
Funcionários	2	2,7

Nos casos em que o entrevistado consulta outras pessoas antes de tomar as decisões, as reuniões são frequentes: quatro (21%) disseram que o fazem menos de uma vez ao mês; oito (42%) afirmaram que o fazem de uma a duas vezes por semana; cinco (26,3%) se reúnem de três a quatro vezes ao mês e; dois se reúnem de uma a duas vezes por semestre.

FREQUÊNCIA COM QUE O GRUPO SE REÚNE PARA TOMAR DECISÕES	BASE	%
Menos de uma vez por mês	4	21,1
De uma a duas vezes por semana	8	42,1
De três a quatro vezes por mês	5	26,3
Uma a duas vezes por semestre	2	10,5
Total	19	100,0

A maioria dos empreendimentos (72,6%) não possui CNPJ ou algum outro tipo de registro. Isso considerando que uma grande parte das entrevistas negadas teve como justificativa o medo de um suposto "choque de ordem", que fecharia os empreendimentos não registrados.



O empreendimento possui CPNJ? | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

No universo daqueles que possuem o CNPJ ou registro, treze (65%) têm o registro de micro ou pequena empresa; seis (30%) são registrados como autônomos; e um (5%) é registrado como cooperativa.

TIPO DE REGISTRO	BASE	%
Autônomo	6	30,0
Associação	0	0,0
Cooperativa	1	5,0
Micro e pequena empresa	13	65,0
Total	20	100,0

Entre entrevistados cujos empreendimentos não têm registro ou CNPJ, a maioria (46,9%) afirmou que tem muito interesse em registrar (ou formalizar) o negócio/empreendimento. O que sugere relativizar uma suposta predisposição local totalmente contrária ao "registro", por si só. Provavelmente o que os pequenos empreendedores rejeitam se centra na forma como os processos ocorrem neste âmbito, invariavelmente, custosos, burocráticos, e com uma oferta de informações desencontrada e extremamente 'vendedora' de possíveis benesses da legalização, sem deixar tão claro os deveres e obrigações associadas. Cerca de 10% afirmou que tem pouco interesse e um número significativo afirmou ainda que não tem interesse na formalização.

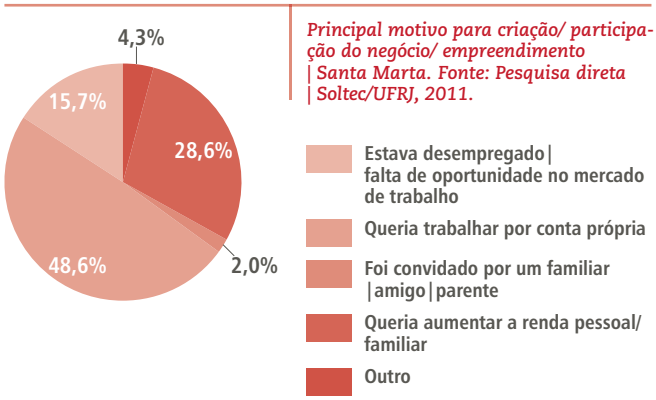
Para quem respondeu que tinha muito ou pouco interesse em se formalizar, as principais razões apontadas foram: deixar o negócio correto (72%); poder negociar melhor com fornecedores e compradores (12%) e ter acesso a crédito (12%).

PRINCIPAL RAZÃO PARA QUERER REGISTRAR O NEGÓCIO/EMPREENDIMENTO	BASE	%
Para ficar com o negócio correto	18	72,0
Para negociar melhor com fornecedores e compradores/ consumidores	3	12,0
Para conseguir/ ter acesso ao crédito/ empréstimos	3	12,0
Para ter acesso a programa de investimentos/ benefícios do governo	1	4,0
Total	25	100,0

Entre os entrevistados que disseram não ter interesse em se formalizar, quatro (21%) disseram que não querem pagar impostos; e outros quatro não tiveram informações sobre esse assunto; três (15,8%) afirmaram que os impostos são altos, o que impede a formalização; e outros três disseram que pretendem se aposentar; dois (10,5%) disseram que não acha vantajoso a formalização.

RAZÃO PARA NÃO TER INTERESE EM REGISTRAR O EMPREENDIMENTO	BASE	%
Por causa dos impostos que são muito altos	3	15,8
É apenas um trabalho temporário	1	5,3
Não quer pagar mpostos pra o governo	4	21,1
Não acha que seria vantajosos para seu negócio/ não me beneficiaria	2	10,5
Nunca tive informações a respeito	4	21,1
Outra	2	10,5
Pretende fechar o negócio/ se aposentar	3	15,8
Total	19	100,0

Entre as razões apontadas para o surgimento do empreendimento, o principal foi o desejo de trabalhar por conta própria (48,6%); seguido pelo desejo ou necessidade de aumentar a renda familiar (28,6%); o desemprego e a falta de oportunidade no mercado de trabalho também foi um motivador importante (15,7%). Esse dado pode apontar uma boa propensão à formação de empreendimentos de economia solidária, já que a vontade de não ter patrão pode ser direcionada para o trabalho coletivo autogestionário.



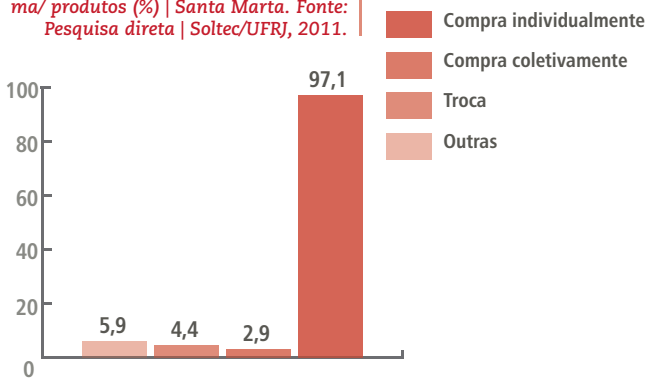
Principal motivo para criação/ participação do negócio/ empreendimento | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

89 Esta pergunta teve um NA alto e um NR alto também. Acho que não deveria ser mantida. Se for retirada, deve-se retirar a pergunta seguinte, pois são relacionadas.
90 Pergunta de múltiplas respostas. Por isso o percentual não fecha em 100%.

Em relação ao local onde o empreendedor costuma comprar matérias-primas e insumos para o empreendimento, a maioria compra fora da comunidade (80%), mas na cidade do Rio, enquanto 14,3% compram tanto na comunidade como em outros locais da cidade do Rio.

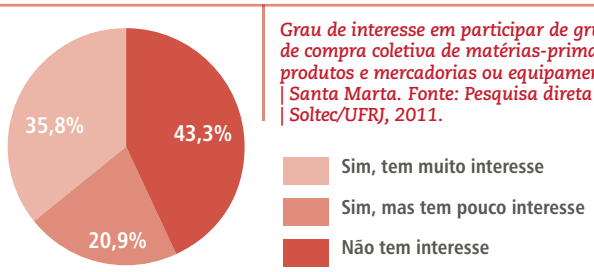
A grande maioria dos entrevistados compra sua matéria-prima ou seus insumos individualmente[91] (97,1%). Dois entrevistados (2,9%) disseram que compram coletivamente; e três (4,4%) disseram que coletavam.

Forma como é adiquirida a matéria-prima/ produtos (%) | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



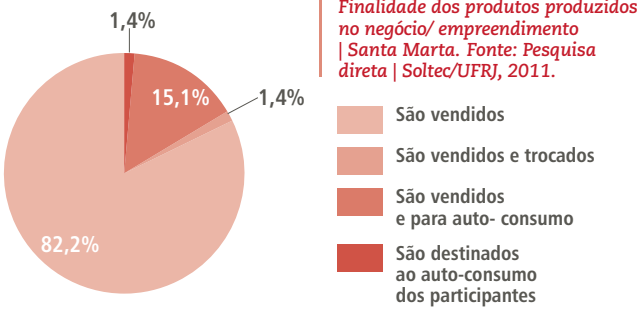
Perguntamos aos entrevistados se havia interesse em participar de grupos de compras coletivas. A maioria (56,7%) disse ter algum interesse, sendo que 35,8% disseram ter muito interesse e 20,9% disse ter pouco interesse; dos entrevistados, 43,3% disseram não ter interesse. Apesar dos interessados em fazerem compras coletivas serem maioria, há um percentual grande também de entrevistados que disseram não ter interesse em fazê-lo, o que ressalta a necessidade de divulgar as vantagens desta modalidade de compra, como redução dos custos e dos preços dos produtos. Isto pode ser ainda mais interessante se observarmos o número de empreendimentos voltados para o setor de alimentação e bebida, onde esta modalidade de compra pode ser mais facilmente arranjada.

Grau de interesse em participar de grupos de compra coletiva de matérias-primas produtos e mercadorias ou equipamentos | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



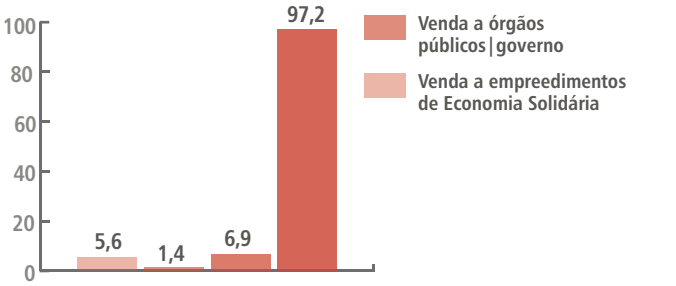
A maioria dos produtos produzidos são vendidos (82,2%); e 15,1% dos entrevistados disseram ainda que produzem tanto para vender quanto para o autoconsumo[92]. Nenhum entrevistado afirmou realizar troca de produtos/serviços e apenas um disse produzir principalmente para o autoconsumo (1,4%).

Finalidade dos produtos produzidos no negócio/ empreendimento | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

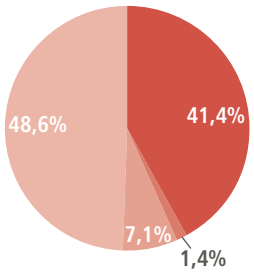


A maioria dos empreendimentos (97,2%, ou setenta entrevistados) vende seus produtos ou serviços diretamente para o consumidor. Um entrevistado disse vender para órgãos do governo e quatro (5,6%) vendem para empreendimentos de economia solidária.

Forma como é feita a comercialização dos produtos e/ou serviços do negócio/ empreendimento | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



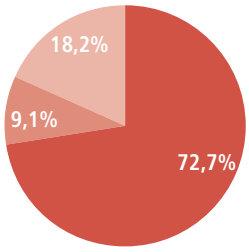
A principal praça de comercialização é a própria comunidade (48,6% das respostas), seguido por empreendedores que escoam seus produtos tanto na comunidade quanto na cidade do Rio de Janeiro (41,4%). Cinco empreendedores escoam seus produtos ou serviços para locais fora da comunidade, porém na cidade do Rio (7,1%).



Principal lugar onde costuma vender os produtos/serviços | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Apenas na comunidade
- Fora da comunidade, mas na cidade do Rio
- Fora da comunidade e fora da cidade do Rio
- Na comunidade e na cidade do Rio

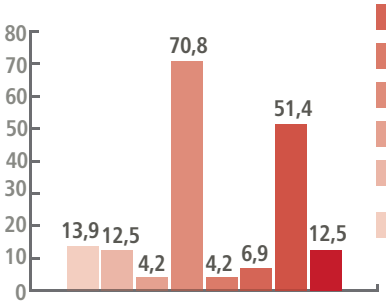
Sobre realizar troca[93] ou permuta de mercadorias e serviços, a maioria dos empreendedores (72,7%, ou 48 empreendedores) afirmou não ter interesse; entre os que afirmaram ter interesse 18,1% disse ter muito e 9,1% disseram ter pouco interesse.



Grau de interesse em realizar troca ou permuta | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Sim, tem muito interesse
- Sim, mas tem pouco interesse
- Não tem interesse

Sobre os espaços de comercialização de produtos e serviços, a grande maioria entrega seus produtos direto aos clientes (70,8%); mas observa-se que um percentual grande possui espaço próprio para comercialização (51,4). Alguns entrevistados (12,5%) também comercializam em lojas e espaços de terceiros, bem como em feiras e exposições (12,55). Cinco empreendimentos estão localizados em espaços de comércio comunitário (6,9%); três vendem também em feiras livres e três afirmaram ainda comercializarem em espaços de venda coletivos. Entre os entrevistados teve também um número significativo de ambulantes, que representam 13,9%.



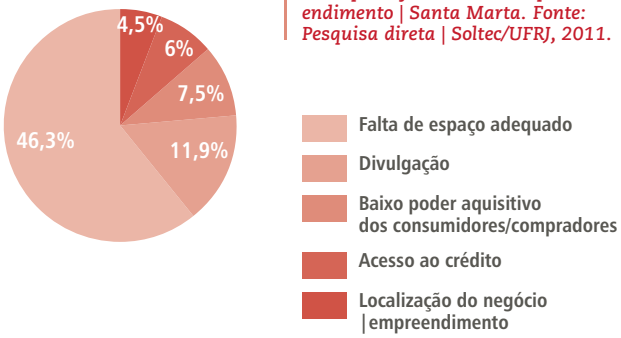
Principais locais onde se comercializa os produtos e/ou serviços | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Lojas/ espaços de terceiros
- Lojas/ espaços próprios
- Comércio comunitário local
- Espaço de venda coletivos
- Entrega direta a clientes
- Feiras livres frequentes
- Feiras e exposições eventuais| especiais
- Ambulante

91 Pergunta de múltiplas respostas, por isso os resultados ultrapassam os 100%.
92 Vale ressaltar que nem todos os empreendimentos são produtivos. Deste modo, sobre produtos entendemos tanto a mercadoria produzida por um empreendimento produtivo, quanto aquela vendida no setor de comércio ou ainda o serviço prestado.
93 Pergunta feita apenas para os entrevistados que afirmaram que não faziam troca ou permuta.

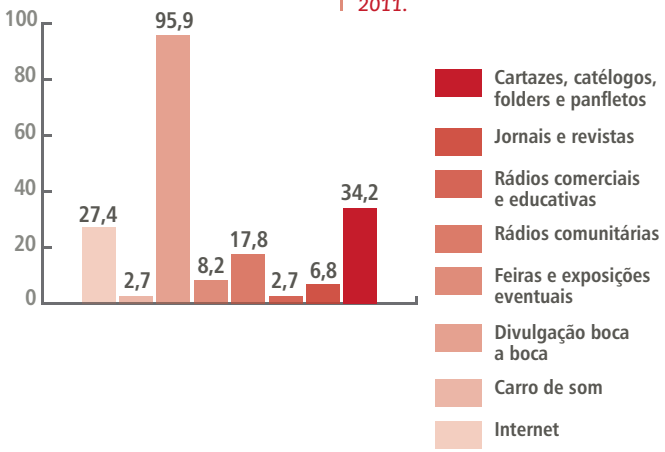
Dentre as cinco principais dificuldades para o empreendimento, uma grande parcela dos entrevistados citou a falta de espaço adequado (46,3%) como a principal dificuldade do empreendimento, seguido por divulgação (11,9%). Outras dificuldades que se destacaram foram a falta de poder aquisitivo dos compradores (7,5%) e a dificuldade de acesso ao crédito (6%). Estes quatro fatores representam pouco mais de 76% das respostas[94], o que demonstra a importância deles para os empreendedores do Santa Marta.

Principal dificuldade do empreendimento | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



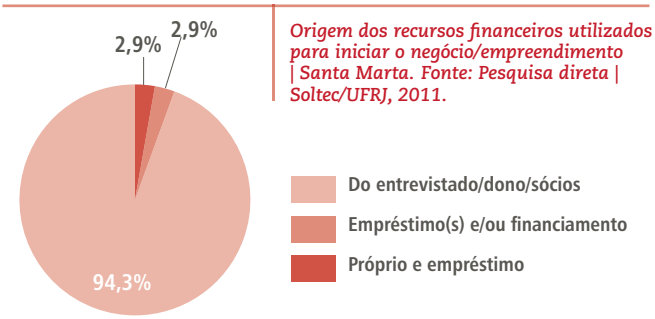
Sobre os espaços de divulgação do empreendimento[95], cerca de 96% dos entrevistados apostam no "boca a boca"; seguido por uso de cartazes, catálogos, folders e panfletos, com 34,2%; e a internet, que já representa 27,4% das formas de divulgação dos empreendimentos.

Locais onde faz a divulgação dos produtos/serviços | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



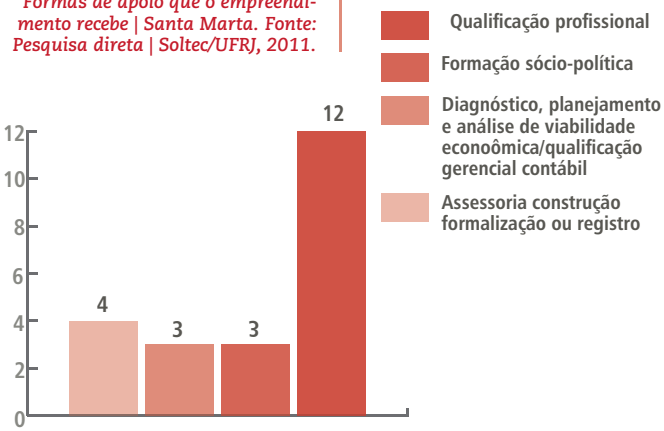
A maioria dos empreendedores usou capital próprio para iniciar seu empreendimento (94,3%). Apenas cerca de 6% contou com recursos de empréstimos, sendo que 2,9% usou ainda seu próprio recurso, além do emprestado.

Origem dos recursos financeiros utilizados para iniciar o negócio/empreendimento | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Foram poucos os entrevistados que receberam algum tipo de apoio ou assessoria para iniciar o seu empreendimento. Entre os que receberam, doze tiveram apoio para qualificação profissional; seis receberam orientação pra avaliar a qualidade do seu produto; quatro tiveram apoio para a formalização do negócio; três tiveram apoio para formação sócio-política; três receberam apoio para planejamento da viabilidade econômica do empreendimento

Formas de apoio que o empreendimento recebe | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



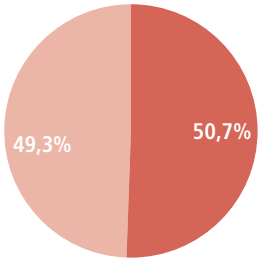
A maioria deles não pagou pela assessoria que receberam.

PAGOU POR ESSES APOIOS?	BASE	%
Paguei por todos	0	0,0
Paguei por alguns, outros foram gratuitos	3	4,1
Não paguei por nenhum	13	17.8
Total	16	21,9

Entre as instituições que apoiaram os empreendimentos, foram citados o Sistema "S", órgãos governamentais e ONGs. Não foi citado apoio de universidades ou cooperativas.

INSTITUIÇÕES QUE FORNCECEM APOIO	BASE	%
ONGs, OSCIPs, Igrejas, Associações e Conselhos comunitários etc.	1	6,3
Órgaos governamentais/ CRAS	4	25,0
Sistema "S"	10	62,5

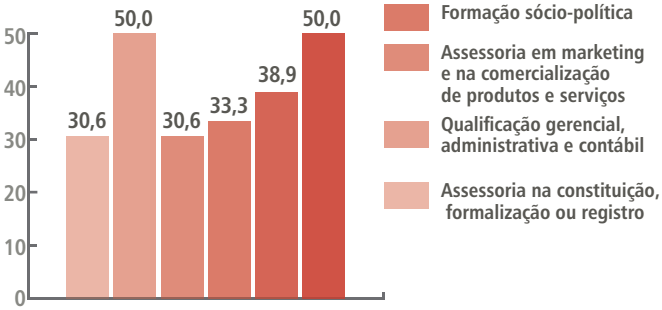
Os entrevistados se dividem quando avaliam se seus empreendimentos necessitam ou não de apoio técnico. Cerca de 50% afirmam que sim e outros 50% afirmam que não.



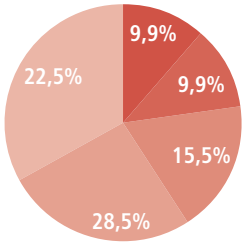
Avalia que o negócio precisa de apoio técnico? | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

Em relação ao tipo de apoio técnico que necessitariam, as maiores demandas foram por assistência técnica e qualificação gerencial, administrativa e contábil, ambas com 50% das respostas positivas entre os entrevistados que afirmaram necessitar de assistência técnica. Destaca-se também a assessoria para desenvolver a qualidade do produto (41,7%) e a qualificação profissional (38,95).

Tipo de apoio técnico que o empreendimento necessita | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Entre as principais mudanças que os empreendedores desejam ter em seus empreendimentos nos próximos três anos estão: ampliar seu espaço de produção (28,2%); adquirir um espaço próprio (22,5%); e ampliar as redes de venda e/ou comercialização (15,5%)[96].

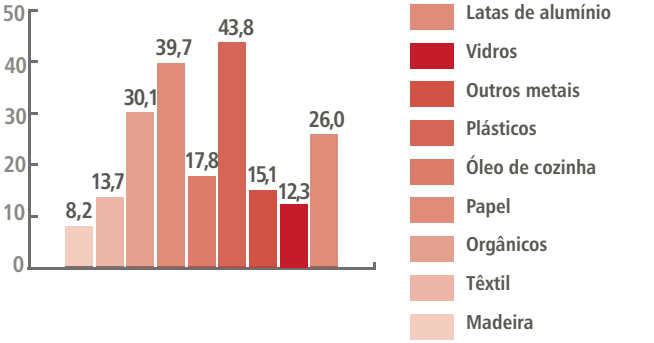


Principal mudança que deseja ver no negócio/ empreendimento nos próximo três anos. | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Ampliar o espaço ou estrutura física de produção e/ou venda de produtos e serviços
- Adquirir um espaço ou estrutura física para produção e/ou venda de produtos e serviços
- Ampliar as redes de venda | comercialização
- Estar legalizado
- Estar mais integrada | prestando serviços para a comunidade

Percebe-se pela distribuição e pelos percentuais mais altos que os empreendimentos geram diferentes tipos de resíduos. A maioria consiste em plásticos (43,8%); papéis (39,7%); óleo de cozinha (17,8%); metais diferentes do alumínio (15%); e lixo orgânicos (13,7%).

Tipo de resíduo/ lixo/ sobras de materiais que o negócio/ empreendimento gera (%). | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



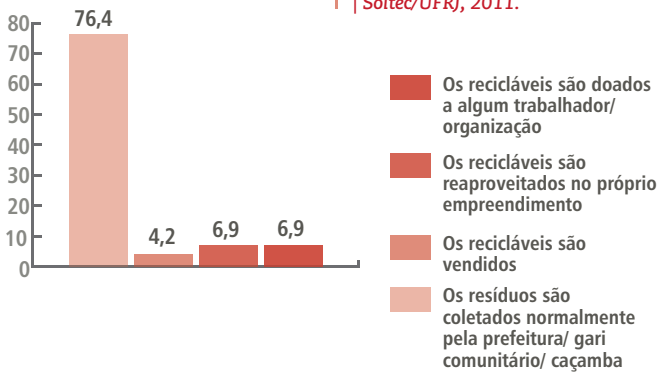
94 As demais dificultadas citadas foram: Dificuldades para obter da matéria-prima/produtos que compra para revender/insumos (2); Custo de manutenção do empreendimento (2); Falta de infraestrutura na própria comunidade (água/luz/saneamento) (2); Concorrência (2); Informalidade (1); Inadimplência (1); Venda localizada na comunidade/não consegue expandir o negócio/empreendimento (1); Falta de pessoal qualificado na comunidade (1); Falta de pessoal qualificado em geral (1). Dois entrevistados disseram não ter problemas.
95 Pergunta de múltiplas respostas, por isso não fecha em 100%.
96 As demais opções citadas foram: Renovar/comprar novos maquinários/veículos/equipamentos (3) e; ter mais acesso ao crédito (3).

Estes resíduos são todos recicláveis, mas a maior parte dele é recolhida pelo sistema de coleta de lixo da cidade do Rio (76,4%). Apesar do potencial para reaproveitamento, apenas 6,9% dos resíduos são doados; outros 6,9% são reaproveitados no próprio empreendimento; e 4,2% são vendidos.

Cabe observar que a pesquisa foi realizada antes do programa Light Recicla, implantado em agosto de 2011. O programa recebe o lixo reciclável dos moradores e oferece um pequeno desconto na conta de luz. O lixo é gerenciado por empresas privadas, dão alguma destinação aos resíduos.

Como vimos acima, o principal problema enfrentado pelos empreendedores do Santa Marta é a falta de espaço adequado para exercer suas atividade. Mesmo assim, o programa Light Recicla recebeu um espaço privilegiado, na entrada da primeira estação do bonde. Outra reclamação em relação ao programa é o baixo valor do desconto em relação à quantidade de resíduo entregue.

Destino do lixo gerado no negócio/ empreendimento | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



RELAÇÃO DO EMPREENDIMENTO COM O TERRITÓRIO

Em primeiro lugar, destacou-se que a maioria dos empreendimentos (90,4%) não faz parte de nenhuma rede ou fórum de articulação no Santa Marta.

Cerca de 29% dos empreendimentos oferecem apoio para atividades que contribuem para o desenvolvimento da comunidade.

O NEGÓCIO/ EMPREENDIMENTO APOIA, PARTICIPA OU DESENVOLVE ALGUMA ATIVIDADE QUE CONTRIBUA PARA O DESENVOLVIMENTO DA COMUNIDADE?	BASE	%
Sim	21	28,8
Não	52	71,2
Total	73	100,0

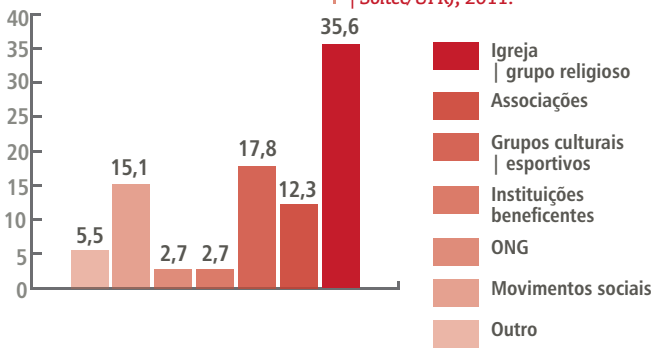
Participação em redes ou fóruns de articulação | Santa Marta.

A maioria deles oferece apoio para atividades desportivas e culturais (11 empreendimentos); seguido pelo apoio para atividades educacionais (4 empreendimentos).

CATEGORIZAÇÃO ATIVIDADES QUE EMPREENDIMENTO APOIA	BASE	%
Apoio a ações religiosas	1	4,8
Apoio a ações educacionais	4	19,0
Apoio a ações comunitárias	2	9,5
Apoio a ações desportivas e culturais	11	52,4
Não souberam responder	3	14,3
Total	21	100,0

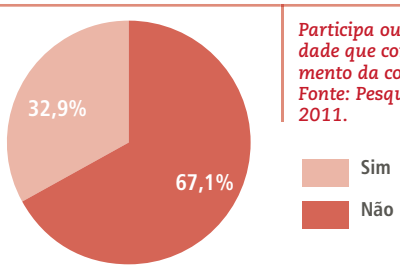
A maioria dos entrevistados não participa de alguma atividade associativa. É possível observar isto na medida em que a atividade mais citada foi a religiosa, com 35,6% de participação dos entrevistados, o que equivale a 26 (dos 73) entrevistados. A segunda atividade que mais congrega os entrevistados são aquelas ligadas à cultura e ao desporto (17,8%); seguida pela participação em movimentos sociais (15%).

Tipo de rede ou fórum de articulação que o empreendimento participa |Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Cerca de 33% dos entrevistados afirmou que contribui individualmente para o desenvolvimento da comunidade.

Participa ou desenvolve alguma atividade que contribua para o desenvolvimento da comunidade? | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

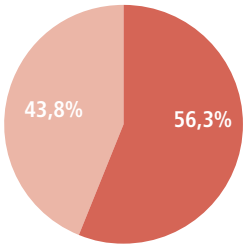


Entre aqueles que afirmaram contribuir de alguma forma, nove afirmaram apoiar ações comunitárias (37,5%); enquanto oito disseram que apoiam ações desportivas e culturais (33,3%).

FORMA COMO CONTRIBUI COM A COMUNIDADE	BASE	%
Apoio a ações religiosas	3	12,5
Apoio a ações educacionais	2	8,3
Apoio a ações comunitárias (ações de associação, valorização do comércio local,etc)	9	37,5
Apoio ações desportivas e culturais	8	33,3
Apoio a ações ambientais (coleta de lixo, etc)	2	8,3
Total	24	100,0

Em relação ao possível envolvimento daqueles que disseram que não participavam de ações para o desenvolvimento da comunidade, cerca de 56% (ou 27 entrevistados) afirmaram que não tinham interesse em se envolver em atividades comunitárias.

Gostaria de desenvolver alguma atividade que colaborasse para o desenvolvimento da comunidade? | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Entre os 43,8% que manifestaram interesse em participar de atividades comunitárias, cinco (26,3%) disseram que poderiam apoiar oferecendo capacitação profissional; quatro disseram que colaborariam em ações para melhoria da comunidade; três disseram que poderiam apoiar ou promover eventos culturais ou desportivos.

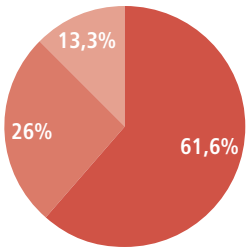
FORMA COM QUE PODERIA COLABORAR COM A COMUNIDADE	BASE	%
Ensinando o que sabe/ oferecendo capacitação profissional	5	26,3
Em ações para melhoria da comunidade (ações d associação etc.)	4	21,1
Promovendo eventos culturais/ esportivos	3	15,8
Participando de projetos educativos	1	5,3
Promovendo o comércio local/ gerando trabalho e renda	1	5,3
Cuidando de crianças/ idosos	1	5,3
Outro	4	21,1
Total	19	100,0

As principais razões alegadas pelos que disseram que não gostariam de colaborar com atividades em sua comunidade foram: problemas e relacionamento na própria comunidade (oito entrevistados); e falta de tempo (seis entrevistados).

OS MOTIVOS PORQUÊ NÃO GOSTARIA DE COLABORAR COM SUA COMUNIDADE	BASE	%
Falta de tempo	6	33,3
Problemas de relacionamento com/ entre as pessoas d comunidade	8	44,4
Dificuldades em função da idade/ saúde	1	5,6
Outro	3	16,7
Total	18	100,0

DIMENSÃO SOCIOCOLABORATIVA DA COMUNIDADE

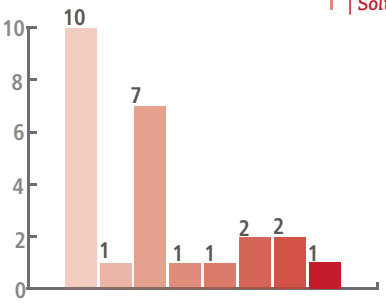
Na opinião da maioria dos entrevistados no Santa Marta as pessoas não são colaborativas entre si. Apenas 13,3% acreditam que as pessoas colaboram entre si por causa de objetivos comuns; enquanto 26% acredita que as pessoas colaboram, porém pensando em seus próprios interesses.



Na comunidade as pessoas colaboram umas com as outras? | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- São colaborativas umas com as outras por causa dos objetivos comuns
- São colaborativas umas com as outras mas somente por interesse
- Apenas pessoas não são colaborativas

Em relação à forma como os entrevistados percebem que as pessoas no Santa Marta colaboram umas com as outras, a mais citada foi "como forma de receber algo em troca"; seguido por realização de doações.



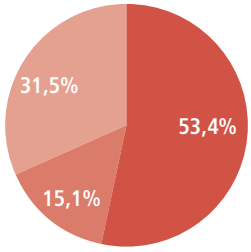
Forma as pessoas colaboram umas com as outras. | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Cooperando em situações de calamidade (enchentes, incêndio)
- Em ações para melhoria da comunidade (coleta de lixo, ações da associação)
- Promovendo eventos culturais/esportivos
- Participando de projetos educativos
- Promovendo o comércio local
- Realizando doações /prestando serviços para quem precisa
- Socorrendo em caso de doença/ajudando em sepultamentos
- Como forma de receber algo em troca

INTERESSE EM ECONOMIA SOLIDÁRIA

O conjunto de respostas obtidas no tocante ao potencial de cooperatividade no Santa Marta sugere fortemente uma descrença na possibilidade de participação solidária dos moradores. Não implica em uma verdade sobre as intenções de participação, mas se representarem uma referência expressiva do senso geral, podem ser fatores que impedem a participação mais intensa e extensa dos empreendedores locais em atividades voltadas para a economia solidária.

A maioria dos empreendedores entrevistados não sabia o que era economia solidária (53,4%). Entre os que já sabiam, 31,5% disseram conhecer e praticar seus princípios; e 15% disseram que conhecia, mas não praticava a economia solidária em seus estabelecimentos.

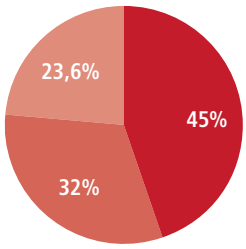


Você sabe o que é economia solidária? | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Sei e já pratico
- Sei, mas não pratico
- Não tenho conhecimento

Na pesquisa era feita uma breve explicação para os entrevistados que não conheciam os princípios de economia solidária, bem como foram entregues alguns materiais que pudessem auxiliar na compreensão e, para que as demais perguntas do questionário pudessem ser feitas.

Entre os entrevistados houve um grande interesse em participar de atividades e ações que envolvessem a economia solidária. Cerca de 45% dos entrevistados revelaram ter muito interesse; enquanto 32% revelaram tem algum interesse. Apenas 23,6% disseram não ter interesse algum.

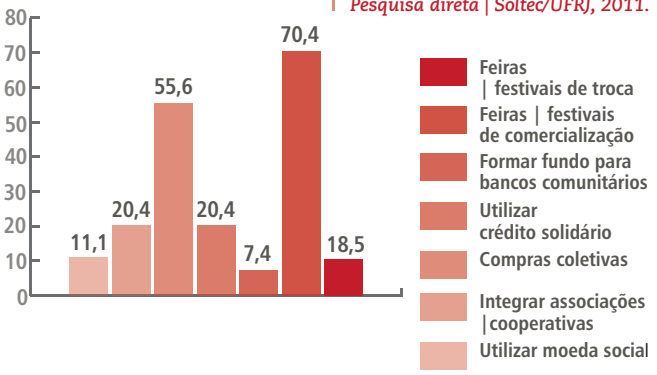


Grau de interesse em participar de iniciativas de economia solidária | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.

- Muito interesse
- Algum interesse
- Nenhum interesse

A maioria dos entrevistados gostaria de participar de feiras/festivais de comercialização (70%); outra atividade que se destacou foi a possibilidade de compras coletivas, com 55,6% de interesse. Ainda 20% disseram que gostariam de participar de iniciativas de crédito solidário; a possibilidade de integrar associações ou cooperativas teve também 20% de interesse.

Forma que gostaria de participar/ participa de iniciativas de Economia Solidária | Santa Marta. Fonte: Pesquisa direta | Soltec/UFRJ, 2011.



Entre as razões apontadas para o desinteresse em participar de iniciativas de economia solidária estão a falta de informação e o fato de não se observar vantagens neste tipo de iniciativa.

PRINCIPAL RAZÃO PELA QUA NÃO GOSTARIA DE PARTICIPAR DE UMA INICIATIVA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA	BASE	%
Acha que não traria vantagens para o negócio/ empreendimento	3	25
Não tem informação sobre o assunto	3	25
Não vê como o seu negócio/ empreendimento se adaptaria a iniciativa	2	16,7
Outra	2	16,7
Falta de tempo	2	16,7
Total	12	100,0

Pesquisa qualitativa

Como forma de complementar a pesquisa quantitativa, foram realizadas quatro entrevistas em profundidade com empreendedores do Santa Marta. O objetivo principal destas entrevistas era aprofundar as impressões colhidas no questionário quantitativo sobre a cooperatividade no Santa Marta.

Os entrevistados foram duas artesãs, e dois donos de biroscas. Todos participaram da pesquisa qualitativa, mas apenas uma das artesãs tinha participado do curso e da feira promovidos no âmbito do Rio Economia Solidária.

O entendimento dos entrevistados em relação à economia solidária passou por diversos pontos. Um deles foi a questão do trabalho coletivo, mutirão, feira, a sensação de muitas pessoas com um só objetivo trabalhando de forma animada, com comida, bebida: *"Adoro a feira, porque é um momento que tá todo mundo junto, feliz, monta junto, desmonta junto, sem ganância. É como mutirão que a gente fazia em Austin. Em vez de fazer uma laje em 4 dias, fazia em 4 horas, todo mundo junto, comendo, bebendo, conversando, você nem vê tempo passando, nem parece que está trabalhando."*

A ideia de fundos rotativos também surgiu como forma de comprar equipamentos para os comerciantes: *"Por exemplo, vamos comprar uma batedeira pro beltrano, um freezer, pra fulano, seria bom demais. Aqui já teve muito mutirão."* Outra ideia foi a realização de eventos, a exemplo da festa junina da quadra, onde todos os comerciantes que participam saem ganhando.

Uma das perguntas-chave do roteiro de entrevistas era: "É possível desenvolver economia solidária no Santa Marta?" As respostas, em geral, foram bem pessimistas. Existe uma ideia muito forte de que a solidariedade/cooperatividade já foi possível um dia, mas hoje o nível geral de individualismo é muito alto. *"Vejo possibilidade, mas acho difícil convencer os comerciantes e a comunidade. Tem que passar por uma reeducação. É possível, mas é difícil."* Mais pessimista ainda: *"Aqui no Santa Marta, você sente a negatividade das pessoas. Se Fulano ganhou um real a mais, já dá problema. Isso pra mim não importa. Aqui é difícil."*

Em relação às compras de insumos, as respostas corroborraram o que foi visto na pesquisa quantitativa. Nenhum dos entrevistados compra insumos na comunidade, e nem vê nenhuma possibilidade. *"Dentro da comunidade, nem pensar. O Santa Marta é morto". "Tudo que eu uso eu compro fora. No super-mercado, centro da cidade. Doces, hambuger, descartável, sacola." "Compro tudo no mercado, o Prezunique. Preço é bom, tem os dias das promoções."*

A falta de crédito e dificuldades transporte também revelaram-se fontes de problema. *"As vezes tenho que comprar no cartão de crédito, porque não tenho dinheiro. Aí sou obrigada a comprar tudo no mesmo lugar, o que nem sempre é vantajoso. Se tivesse o dinheiro na mão, podia pegar o mais barato de cada lugar. Para comprar os produtos, tenho que andar muito."*

Em relação à legalização, um dos entrevistados revelou que foi pressionado a tirar o alvará. Segundo ele, todos os comerciantes tiveram como obrigação se legalizar. *"Botaram a lei pra todos nós comerciantes. De qualquer forma, tive que aceitar."* Mas parece conformado com a formalização: *"Agora pago INSS, estou lá registrado no Ministério da Fazenda."*. Outro entrevistado reconhece vantagens na legalização: *"Tem suas vantagens. Antigamente quando não era legalizado, polícia implicava, fora os benefícios de aposentadoria."*

O trabalho coletivo foi entendido, em alguns casos, como parcerias com novos sócios para expandir o negócio: *"Esse rapaz aqui agora é meu sócio, vamos dar continuidade pra crescer. Abrimos mais uma janela, pra botar outra vitrine de salgados."*

Em outro caso, a coletividade foi comparada aos sistemas de compras coletivas disponíveis na internet: *"Compra conjunta acho super interessante, na internet já vem dando certo. O problema é convencer as pessoas. Mas por incrível que pareça, os comerciantes não tem acesso à internet, como você vai convencer se as pessoas não tem internet. Mas dá certo. Se acontecesse, seria interessante."*

Por fim, pairou uma ideia geral de pessimismo em relação à atuação coletiva na comunidade. Entretanto, a esperança pode ser vista. Ao mesmo tempo que mostrava frustração, a entrevistada revelava uma sonho: *"Podia ser tudo um grupo só: quem sabe vender vende, quem sabe costurar costura, depois o outro prega o botão, o outro pinta. Ou podia só vender junto, ou comprar junto."*

Em geral, as entrevistas mostraram que o trabalho coletivo traz lembranças de um passado bom, talvez até idealizado, em que a cooperação se traduzia em mutirões e melhoras coletivas.

A visão atual mostra que o individualismo se sobrepôs de tal forma que em certos casos, tem-se a impressão de ser irreversível. Em algumas falas, pode-se notar o discurso de "o problema está no outro". Esta visão demonstra como o modelo de desenvolvimento é capaz de deixar a coletividade escondida nas lembranças do passado, e colocar o individualismo como única possibilidade de se ter sucesso, de se empreender dentro da comunidade.

Fica claro que as políticas públicas que desejem se aproximar da economia solidária em favelas devem considerar fortemente a formação política ao lado do trabalho colaborativo. Deve ficar claro que problemas coletivos devem ser abordados coletivamente, de modo que os sujeitos possam se dar conta de que o individualismo nos empreendimentos vai de encontro aos preceitos colocados pela economia solidária. Se prezamos pela autogestão, pelo trabalho coletivo e pela colaboração entre os empreendedores, deve ser deixado claro que o sucesso individual dos empreendimentos não leva ao desenvolvimento solidário da comunidade.

Análise dos resultados em devolutiva

De acordo com os pressupostos da pesquisa-ação, esta etapa de devolutiva dos resultados e análise conjunta, reunindo autores e atores no processo, é o momento em que se reflete e são propostos novos passos no sentido de resolver os problemas identificados. O processo de devolução dos resultados da pesquisa foi realizado em várias sessões. Optou-se por este modelo a partir da experiência de dificuldade de mobilização no território, ao menos no que diz respeito ao assunto economia solidária.

Desta maneira, foi aplicada metodologia que previu a realização de cinco sessões de devolução e plano de ação integrados. Procurou-se variar o horário das sessões, de modo a possibilitar a participação do maior número de pessoas.

Em cada sessão, foi feita a apresentação de uma seleção dos dados da pesquisa quantitativa, com duração de cerca de uma hora, contando com as intervenções para esclarecimentos do público durante a apresentação.

A pesquisa realizada pelo Soltec/UFRJ partiu do problema central, concernente ao projeto Rio Economia Solidária, em direção a (re)conhecer como é hoje a solidariedade, mais especificamente, o potencial de cooperatividade dos entrevistados e da comunidade, e quais os passos possíveis para o fortalecimento da economia solidária no território.

Entre os ramos de atividade mais encontrados, além da presença expressiva de alimentação e bebidas – típicos da economia popular urbana – há uma boa presença do ramo de vestuário, com quase 30% dos empreendimentos entrevistados, que pode ser importante, para a economia solidária e seu fortalecimento no território.

Por outro lado, é bastante elevado o índice de empreendimentos individuais no Santa Marta, correspondendo a 63% dos entrevistados. O que certamente não caminha no sentido preferencial da proposta da economia solidária, que preconiza o trabalho associativo.

Os resultados de caráter mais subjetivo, referendados pela pesquisa qualitativa realizada, acabam por refletir uma mudança ocorrida no tempo, com a valorização da história pregressa sobre os mutirões e ações locais coletivas organizadas, até a constatação de que, hoje, menos de 10% dos responsáveis por empreendimentos entrevistados no Santa Marta fazem parte de algum fórum ou rede de articulação local.

Possibilidades de mudança sempre podem ser percebidas, como na constatação de que quase a metade dos 67% que não participam de atividades que contribuem para o desenvolvimento do Santa Marta demonstraram interesse em se envolver em atividades comunitárias.

Na verdade, a colocação recorrente de que as pessoas não querem participar deve ser cada vez mais relativizada, e foi este um dos principais ensinamentos, especialmente com base na experiência do Santa Marta. Ocorre que nesta oportunidade de devolutiva local dos resultados da pesquisa, as ideias colocadas em torno do potencial de cooperatividade e do interesse em iniciativas de economia solidária propiciaram um bom debate de âmbito geral, como ocorrera em outras oportunidades no âmbito do Comitê Local de Pesquisa, e onde o que acaba se discutindo de fato são as perspectivas de desenvolvimento local para o Santa Marta.

A qualidade de participação que pudemos presenciar coloca como questão intrigante: porque há condições precárias em vários indicadores socioeconômicos desta comunidade? Porque ela não consegue resolver seus problemas?

É evidente que a questão deriva e exigiria um

tratamento agudo que aqui não é o caso. Mas quando percebemos que espaços de discussão de uma pesquisa-ação, e os encontros associados metodologicamente ao processo, se tornam o único espaço em que cabe discutir os problemas locais, isso evidencia que o debate simplesmente não está acontecendo no local. A interlocução pública que hoje está sendo exercida não expressa a voz daquela comunidade. E que, para delírio dos absurdos, ainda assiste impávida ao calar de um dos poucos canais de comunicação que possuía, a rádio comunitária, que se tornou parceira em primeira instância do Soltec/UFRJ no processo.

Em relação ao Potencial Colaborativo Comunitário, a percepção predominante de quase dois terços é a de que as pessoas não colaboram umas com as outras, e quando cooperam estão motivadas principalmente por receber algo em troca.

Sobre a economia solidária, constata-se ainda grande desconhecimento, correspondendo a mais da metade dos entrevistados terem assinalado desconhecer. Porém, mais de 30% afirmam já praticá-la, assim como somente menos de um quarto dos empreendedores responderam não ter sequer interesse em participar de iniciativas de economia solidária.

Ao final de cada apresentação devolutiva, era pedido que os participantes fizessem sugestões sobre como fomentar o desenvolvimento do território baseado na economia solidária, a partir do conhecimento que tinham da localidade, e dos dados que foram apresentados. Foi apresentada uma tabela contendo duas colunas: Ação e Resultados esperados. As respostas e debates gerados por este exercício foram sintetizados no plano de ação que está descrito na próxima seção.

Vale antes registrar que, além das cinco sessões de devolução e construção do plano de ação, foi feita uma apresentação especial durante a feira de economia solidária do Santa Marta, realizada no dia 7 de outubro de 2011 na Praça Corumbá, aos pés da favela.

A apresentação dos dados foi projetada num telão dentro da feira, possibilitando aos empreendedores e consumidores observar os resultados da pesquisa. Além disso, o pesquisador acompanhou o Rapper Fiell, músico do Santa Marta em uma apresentação. Entre cada uma das músicas, que em geral versavam sobre a luta dos trabalhadores, foi comentada uma parte da pesquisa que era exibida no telão. Houve alguns momentos de diálogo com o público, e o processo apontou caminhos na interação e participação que foram certamente valiosos nas etapas seguintes. Para este momento, especificamente, não foi possível apenas realizar a dinâmica do plano de ação no evento. Mas a construção progressiva do plano, feita a vários mãos, em diferentes momentos, no mesmo local, traz contribuições marcadamente significativas.

AÇÕES	DETALHAMENTO	RESULTADOS ESPERADOS	RESPONSÁVEIS
Compras coletivas	Organização de um processo de compras coletivas, reunindo produtores que utilizem os mesmos insumos para programar as compras em conjunto.	Descontos no atacado; compra direto do fornecedor; entrega na comunidade; fortalecimento de uma identidade do grupo de compras coletivas.	Ass. de Moradores / Ass. de Comerciantes / Grupos de Economia Solidária
Espaço da economia solidária	Disponibilização de um local que sirva de referência para a venda de produtos da economia solidária dentro do Santa Marta, além de livros e informações sobre economia solidária.	Referência de economia solidária na comunidae; Oferta de produtos locais para turistas; Oferta de produtos para moradores substituírem compras fora da comunidade.	Grupos de Economia Solidária – RioEcoSol / A. C. do Santa Marta em parceria com A. C. De Botafogo
Cadastro de trabalhadores do Santa Marta	Organização de uma lista de trabalhadores do Santa Marta que pudesse ser consultada pelos trabalhadores quando precisassem de produtos ou serviços no seu processo de produção.	A partir de articulação entre os trabalhadores, realizar eventos, entrar em editais, criar um site do Santa Marta, criar de redes na comunidade.	Associação de Moradores / SOLTEC / Pesquisa FGV / Sebrae
Formação	Cursos de formação técnica e administrativa.	Maior qualidade nos produtos, e maior capacidade de manter os empreendimentos ativos por muito tempo.	SEDES / Universidades / Sebrae
Mapeamento do espaço disponível	Reconhecer no Santa Marta os espaços que ainda estão disponíveis, e que possam vir a ser usados pelo movimento de economia solidária.	Ferramenta para os empreendedores reinvidicarem melhor espaço para suas atividades produtivas.	Associação de Moradores / Empreendimentos
Mapa da economia solidária no Santa Marta	Elaboração de um mapa das experiências de economia solidária e popular no Santa Marta.	Reconhecimento e difusão da economia solidária no Santa Marta, e autorreconhecimento.	Projeto RioEcoSol / SEDES / UPP Social / Moradores e Lideranças comunitárias

O plano de ação detalhado (à esquerda) foi então montado através da dinâmica descrita, sempre modelada pelo pesquisador. A redação final também foi feita pelo pesquisador.

É interessante notar que as sugestões mais concretas, que aparecem nas quatro primeiras linhas, foram dadas por empreendedores. Elas caminham no sentido de fortalecer os empreendimentos diretamente.

Já as outras iniciativas, propostas por moradores em geral do Santa Marta, têm um peso maior na questão política e fortalecimento do ideário da economia solidária no território. Cerca de 20 pessoas contribuíram nesta construção.

RESULTADOS

CAPÍTULO 6

Sistema de avaliação

CIDADE DE DEUS, ALEMÃO, MANGUINHOS SANTA MARTA

Após a apresentação da pesquisa na Cidade de Deus, Complexo do Alemão, Manguinhos, e Santa Marta, será feito a partir de agora um apanhado geral dos resultados, de forma transversal a esses quatro territórios, analisando como as cooperatividades podem ser interpretadas a luz das informações obtidas até aqui. Para tornar mais fácil a leitura e não comprometermos as interpretações, a partir de agora os territórios serão denominados da seguinte forma:

- **T1** = Quinze (Cidade de Deus)
- **T2** = Nova Brasília e Alvorada (Complexo do Alemão)
- **T3** = Varginha e Vila Turismo (Manguinhos)
- **T4** = Santa Marta

Esse formato foi adotado já que a referência a esses territórios serão utilizadas com muita frequência nesse capítulo, o que poderia comprometer a leveza e fluidez do texto. Outra justificativa é que dessa forma fica claro que os resultados correspondem apenas ao território da pesquisa e não a todo o território do projeto, observação fundamental naqueles casos onde esses territórios são diferentes (**T1**, **T2**, e **T3**). Por fim, também neste capítulo será analisado o percurso metodológico previsto, considerando os fatores que influenciaram para seu atendimento e até mesmo eventuais entraves que tenham impossibilitado sua plena realização.

Entre os quatro territórios há muitas semelhanças como veremos nos resultados apresentados a partir de agora. Todavia, as diferenças também são marcantes e vão desde o tamanho da população, sua localização no mapa da cidade, e a atenção por parte do poder público. Sobre a localização, tanto **T2** como o **T3** estão estabelecidos na zona norte do Rio de Janeiro, enquanto **T1** se localiza na Zona Oeste. O **T4** é o único, dentre os estudados aqui, que está localizado na zona sul carioca.

Uma vez que já foram apresentados isoladamente os dados relativos às quatro comunidades pesquisadas, será feita agora uma análise transversal dos resultados desses levantamentos tendo em vista as quatro formas de cooperatividades que orientam este trabalho. Como já descrito no início deste livro a cooperatividade será analisada a partir de quatro parâmetros:

- cooperatividade interna real;
- cooperatividade interna potencial;
- cooperatividade externa real;
- cooperatividade externa potencial.

Buscando dar mais clareza aos resultados alcançados, com base nas questões do formulário de entrevistas aplicado, foram construídos indicadores para cada uma dessas cooperatividades, sendo assim possível analisar, a partir deles, todos os empreendimentos entrevistados. Em um primeiro momento, para a seleção das questões indicadoras, foi preciso analisar cada uma delas apurando como suas respostas ajudavam a desenhar o quadro das cooperatividades. Após essa seleção, e considerando que há questões cujas respostas tem maior força na indicação de determinada cooperatividade, elaborou-se um sistema de pesos e pontuações, fazendo com que aquelas mais "fortes", ou mais indicativas, tivessem destaque na apuração final dos índices de cooperatividade. Importante ressaltar que a análise da força se dá através da comparação feita exclusivamente com as questões relacionadas à mesma cooperatividade.

Pelo sistema de pesos a questão receberia uma

nota, em uma escala de 1 a 3, onde de forma crescente estaria indicada sua importância para a análise daquela cooperatividade a qual está relacionada. Complementando esse sistema, estabeleceu-se o quadro de pontuações onde cada uma das respostas dentro de uma questão destacada seria avaliada de acordo com as notas 0, 5 ou 10, onde, também de forma crescente, estaria revelada sua força para a respectiva cooperatividade (Apêndice III). Verificou-se ao fim que existiam mais questões relativas às cooperatividades reais (internas e externas), em uma proporção em torno de 3 para 1, em relação aquelas relativas as cooperatividades potenciais. Assim, para a média final de cooperatividade, as cooperatividades reais ganharam peso 4, enquanto as demais ganharam peso 1, considerando que as reais devem ter peso maior do que as potenciais. Dessa forma, acredita-se que diante de todos os desequilíbrios detectados foi possível construir um cenário onde o resultado final estivesse adequado e compatível com a realidade.

Esse conjunto de pesos e pontuações foi dado a cada um dos empreendimentos entrevistados, e aquele que tivesse alcançado o máximo de pontuação possível (tendo respondido positivamente todas as questões indicadoras) ficaria com nota 10, enquanto no polo oposto teria nota 0 quem não respondesse nenhuma das questões selecionadas (a partir de uma normalização). O resultado apresentado agora por cooperatividade e por território corresponde à média obtida a partir da análise de todos os empreendimentos de nosso levantamento.

Por fim, vale destacar aqui que outras métricas e pesos seriam factíveis de serem usados. No nosso caso, construímos um sistema de avaliação a partir de um "bom senso", mas também dialogando com os conceitos de economia solidária e desenvolvimento local que usamos, para identificar as questões importantes para a avaliação da cooperatividade. No processo de construção desse sistema, também foi realizado um seminário com os pesquisadores do projeto e a coordenação, no qual foi debatido esse sistema, foram feitos ajustes, e ele foi testado a partir da percepção dos pesquisadores, que identificaram que os empreendimentos melhores avaliados pelo sistema realmente correspondiam aqueles que eles perceberam no território como mais propícios aos valores da economia solidária.

COOPERATIVIDADE
O que nos falam esses números?

COOPERATIVIDADE INTERNA REAL

Como vimos, a análise da cooperatividade interna real levou em conta a horizontalidade das relações entre as pessoas que trabalham nesses empreendimentos, manifestada através do processo de tomada de decisão, formas de remuneração dos trabalhadores (q.15), periodicidade das reuniões internas (q. 18), dentre outras perguntas do questionário.

Uma consideração a ser feita antes de apresentar os índices de cooperatividade, diz respeito ao grande percentual de empreendedores individuais encontrados nessas áreas, indo desde 35% no **T1** até 63% no **T4**, passando por **T2** com 44% e **T3** com 55% de empreendimentos individuais. Aqui considera-se empreendedor individual aquele que trabalha sozinho, sem sócios, empregados ou colaboradores externos. Esse ponto gera um impacto relevante na pesquisa, já que temos como pano de fundo o levantamento da cooperatividade com vistas à economia solidária.

Assim, o impacto desse grande contingente de empreendedores individuais se faz sentir já que a economia solidária tem como uma de suas características determinantes a existência de relações horizontais no interior dos empreendimentos, superando a clássica divisão entre patrões (proprietários dos meios de produção) e trabalhadores (fornecedores de mão de obra). Mas como fica tal quadro se estamos falando de empreendimentos individuais? Bem, nesse caso não há que se falar em relações horizontais nos empreendimentos entrevistados, já que por serem formados apenas por uma pessoa, não é possível aferir horizontalidade ou verticalidade. Como a compreensão de cooperatividade aqui adotada leva em conta os aspectos internos aos empreendimentos (cooperatividade interna real e/ou potencial), a grande incidência de empreendimentos individuais afetará a média de cooperatividade desse territórios.

Outro dado determinante para o baixo desempenho da Cooperatividade Interna Real diz respeito à forma de organização dos empreendimentos entrevistados. Aqui, a partir das respostas à questão 11, foram considerados como indicadores de cooperatividade interna os empreendimentos organizados em associações ou cooperativas por serem diretamente identificados com os empreendimentos solidários. No computo total da pesquisa isso representou menos de 1% dos entrevistados, sendo detectado apenas um empreendimento desse perfil no **T1**, três no **T2**, dois no **T4**, e nenhuma associação ou cooperativa no **T3**.

O auto-reconhecimento como empreendimento solidário (q. 41) foi também considerado elemento indicador da cooperatividade interna, assim os Territórios 2 e 3 foram os mais impactados negativamente já que ali o percentual de empreendimentos que se dizem solidários é muito pequeno, respectivamente 3,3% e 2,5% do total entrevistado. O **T4** foi onde verificou-se o maior índice de empreendedores alegando praticar economia solidária, com um percentual de 31,5%, seguido pelo **T1**, com 18%. É claro que esse dado pode não corresponder à realidade, já que se trata de uma autodeclaração, partindo do reconhecimento do próprio entrevistado como pertencente à economia solidária. Um resultado positivo da pesquisa, no entanto, é que a partir dela todos passaram a ter, de alguma forma, conhecimento sobre a existência desse tipo de economia.

Embora seja necessário um novo conjunto de informações para apoiar a compreensão desses dados, um ponto a ser levado em conta, especialmente no **T4**, é relativo ao alcance de outras equipes do projeto Rio Economia Solidária na promoção e fomento da ecosol. Como já apresentado no início

deste livro, paralelo ao trabalho de pesquisa feito pelo Soltec/UFRJ, o projeto contou também com uma equipe fazendo a formação em economia solidária de empreendedores localizados tanto no território da pesquisa como em outras áreas a ele contíguas. O **T4**, em função de suas características, foi o único caso onde o território trabalhado pela equipe de formação foi o mesmo da equipe de pesquisa, fazendo com que seus entrevistados fossem mais sensibilizados para a economia solidária, passando a entender melhor seus conceitos e princípios, e até mesmo assumir algumas de suas características (mesmo que apenas no campo da percepção do entrevistado).

O **T2**, por sua vez, é o extremo oposto desse quadro, já que embora a pesquisa tenha sido feita especificamente em Nova Brasília e parte da Alvorada o trabalho de formação em ecosol alcançou empreendedores de várias outras comunidades do Complexo do Alemão, fazendo com que dentre os participantes da formação, muito poucos fossem do território da pesquisa. Com isso, o público alcançado pelo Soltec/UFRJ tanto no **T2** como no **T3** teve muito menos contato prévio com as propostas de ecosol, o que pode ser um dos fatores que levaram ao baixo número de pessoas que disseram praticar economia solidária.

De todo modo, nos demais territórios, embora os números tenham sido maiores, também não foram suficientes para reverter à queda do indicador de cooperatividade interna já comprometido pelas demais características dos entrevistados.

Outro elemento utilizado para análise da cooperatividade interna real está relacionado às pessoas que o entrevistado consulta para tomar suas decisões. Aqui o destaque foi para os familiares. Isso abre uma questão, pois para alguns teóricos há limitantes para estabelecer relações horizontais em empreendimentos familiares, já que eles tendem a reproduzir hierarquias já existentes no seio dessas famílias. Porém, esse ponto de vista não será adotado aqui e, portanto, a análise da cooperatividade será feita independente da presença de familiares nos empreendimentos entrevistados, até porque dentre aqueles que costumam tomar decisões coletivamente, os familiares foram apontados como principal fonte de consulta e orientação como se vê pelas respostas do **T1** (24,5%), **T2** (35%), **T3** (25%), e **T4** (18%). Assim, mesmo que no total de entrevistados os empreendedores que dividem as decisões em seus negócios não sejam a maioria, dentre os que adotam essa prática a família sempre ocupa um lugar de destaque. (fonte. P 17)

Abaixo segue o quadro com as pontuações médias deste indicador por território:

TERRITÓRIO	PONTUAÇÃO
T1 Quinze | CDD	2,0
T2 Nova Brasília e Alvorada | Complexo do Alemão	1,6
T3 Varginha e Vila Turismo | Manguinhos	1,4
T4 Santa Marta	2,0

Cooperatividade interna real dos quatro territórios

COOPERATIVIDADE INTERNA POTENCIAL

A análise da cooperatividade interna potencial contou apenas com 3 questões no questionário, sendo que uma delas apenas foi tida como forte (q 41.1.1), já que buscava revelar o grau de interesse do entrevistado em participar de iniciativas de economia solidária. Nesse ponto 18,7% dos entrevistados no **T2** alegaram ter grande interesse, enquanto nos Territórios **T1** e **T4** os percentuais foram bem maiores, respectivamente 48,4% e 44,4%. No **T3** o percentual esteve em 19%.

Mesmo com menor peso em relação à anterior, a questão 41.1.2 foi muito importante no computo deste tipo de cooperatividade, pois apresenta aqueles empreendedores que tem algum interesse em iniciativas de economia solidária. Aqui o **T1** revelou que 37,6% de seus entrevistados demonstram algum interesse, enquanto no **T2** 18,6% apresentam esse interesse parcial em práticas da economia solidária. Já no **T3** e **T4** essa mesma resposta correspondeu respectivamente a 32,9% e 31,9% do total.

A outra questão que compôs o quadro deste indicador foi a questão 32.3, na qual foi apurada se o entrevistado declarava necessitar de formação sociopolítica. Além do pequeno peso dessa questão, foi ínfima a incidência de respostas positivas para tal pergunta, impactando muito pouco o indicador de cooperatividade interna potencial. Para facilitar a visualização, segue abaixo o quadro com a média por território:

TERRITÓRIO	PONTUAÇÃO
T1 Quinze - CDD	3,0
T2 Nova Brasília e Alvorada | Complexo do Alemão	1,2
T3 Varginha e Vila Turismo | Manguinhos	1,1
T4 Santa Marta	3,0

Cooperatividade interna potencial dos quatro territórios.

COOPERATIVIDADE EXTERNA REAL

O sentido de Cooperatividade Externa Real aqui adotada leva em conta o esforço do entrevistado para a promoção do desenvolvimento local, através da valorização do tecido sócio produtivo de seu território, e seu papel no fortalecimento de redes e cadeias produtivas solidárias. A construção desse indicador foi a que contou com um maior número de questões em sua composição, embora grande parte delas tenha peso bem reduzido, no computo final, já que na divisão de pesos e pontuações ficaram com as notas mínimas. Para esta análise merecem destaque questões como o local e forma como é adquirida a matéria prima, lugar onde vendem seus produtos e serviços, a participação do empreendimento em alguma rede ou fórum de articulação na comunidade, ou mesmo se apoia, participa ou desenvolve alguma ação em beneficio dessa mesma comunidade. A destinação dos resíduos sólidos também foi utilizada para este indicador.

O grupo de questões 21 retrata o local onde o empreendimento adquire a matéria prima ou produtos utilizados em seu negócio, sendo consideradas para esta cooperatividade as compras feitas na comunidade. Dentre as opções merece destaque a 21.1, onde o entrevistado declara adquirir apenas na comunidade, os percentuais foram muito baixos variando desde 6,9% no **T4**, até 15,2% no **T2**, passando por **T1** e **T3** com respectivamente 12,6% e 10%. Os dados sobre o local de compra tiveram importante relevância para reduzir a cooperatividade externa real, ainda mais se considerarmos que a grande maioria dos entrevistados tem seus fornecedores fora da comunidade, com percentuais que vão desde 53,7%, no **T1**, até 80% dos no **T4,** tendo entre eles o **T2** com 69,2% e **T3** com 69% aproximadamente.

Bem, é claro que a perspectiva de desenvolvimento local não prevê que as comunidades tenham uma vida insulada, apartada do restante da cidade, pelo contrário é preciso promover ao máximo possível a integração desses espaços. Todavia, essa priorização do externo nas relações comerciais faz com que parte considerável da riqueza acabe saindo daquele território. Dentre os que compram apenas na comunidade o percentual mais baixo foi 5,7% em **T4**, seguido por 9% em **T3**, 12,6% em **T1**, até 15% em **T2**.

A verificação do maior percentual nesse último território faz sentido, já que por fazer parte do Complexo do Alemão os empreendedores dessa região têm mais opção de fornecedores na própria comunidade comparados aos do T4, que além de ser o menor territorialmente e ter problemas logísticos internos consideráveis (impactando na instalação de grandes centros comerciais), é o que está mais próximo de grandes fornecedores de matérias-primas (supermercados, distribuidoras, etc). Isso, ao menos em parte, explica o percentual de 80% de aquisição das matérias-primas fora da comunidade.

A informação sobre o local onde vendem seus produtos (q 26.1), outro ponto importante para a análise da cooperatividade externa real, apontou os entrevistados do **T2** com os maiores índices de venda exclusiva para a comunidade (81,4%), enquanto T4 ficou com o menor índice nesse quesito, com 48,6% das vendas feitas apenas aos moradores da comunidade. **T1** e **T3** ficaram respectivamente com 69% e 66%. Analisando os polos é possível reafirmar o ponto de vista proposto no parágrafo anterior, segundo o qual **T4** sendo por um lado uma comunidade menor em dimensão territorial, número de

habitantes, e total de empreendimentos, e por outro estando mais próxima dos serviços prestados por bairros da Zona Sul (com maior poder aquisitivo e estrutura de serviços mais ampla) mantém um maior intercambio comercial com outros bairros cariocas, tanto para compra de matéria-prima/produto como para venda de seus serviços/produtos.

A partir desta nova informação, fica mais consolidada a observação feita sobre o **T2** para justificar o maior índice de compra de matérias-primas exclusiva na comunidade. Por ter sido a área com maior número de empreendimentos identificados e por compor o Complexo do Alemão (o que aponta um mercado consumidor e fornecedor mais amplo) os empreendedores do **T2** tem maior capacidade de desenvolver internamente suas relações comerciais, valorizando e fortalecendo o tecido socioprodutivo local, embora sejam necessários outros elementos para que isso de fato se torne realidade.

Relevante na compreensão da cooperatividade externa real é a verificação das respostas para a questão 22, sobre a forma de aquisição da matéria-prima/produto. Havendo mínima variação entre os percentuais, verificou-se em mais de 95% de todos os entrevistados a predominância da forma individual de compra, restando assim um resíduo de experiências coletivas para aquisição de matéria-primas/produtos, que não passou de 4,5% dos entrevistados em **T1**, e cabendo a **T3** o menor percentual (0,02%). **T2** e **T4** ficaram respectivamente com 1,4% e 2,9%. Com isso, fica muito prejudicado o quadro da cooperatividade externa real, já que um dos elementos capazes de ampliar tal cooperatividade – as compras coletivas – tem percentuais mínimos. Embora essa questão não seja a único a apontar este tipo de cooperatividade, é sem sombra de dúvida um importante indicador da realidade cooperativa nesses quatro territórios já que recebeu o maior número de pesos e pontuações possíveis.

Os locais onde são comercializados os produtos e serviços foram levados em conta, especialmente para as respostas que indicassem a atuação do empreendedor em espaços comunitários e/ou coletivos, como feiras, centros comerciais comunitários, dentre outros. Todas essas opções foram minoritárias no conjunto das respostas. A atuação do empreendimento em redes e fóruns de desenvolvimento comunitário (q. 34) tem a capacidade de mostrar sua preocupação e envolvimento com a melhoria de seu território, o que foi considerado para sua análise. Porém, os dados mostraram um nível muito baixo de participação nesses espaços coletivos, cabendo o menor ao **T3**, com 0,0%, enquanto **T1** foi onde detectou-se o maior envolvimento com 11,6% dos empreendimentos participando de algum fórum ou rede de desenvolvimento comunitário. Dentre os demais, o **T2** apresentou apenas 2,6% enquanto **T4** restou com 9,6% dos seus empreendimentos com algum envolvimento participativo.

Sobre o apoio e participação em atividades voltadas para o desenvolvimento de seus territórios (q.35), embora tenha revelado dados mais satisfatórios que os anteriores, a pesquisa também demonstrou que ainda há espaço para se avançar no que tange ao envolvimento dos empreendedores com ações desse tipo. O **T1** apresentou o melhor nível, com 31,6% de respostas apontando algum engajamento dos entrevistados, **T2** ficou com 18,5%, enquanto **T3** despontou como o território com o menor envolvimento dos empreendedores em ações para o desenvolvimento local, com 7%. Os resultados do **T4** mostram que 28,5% dos entrevistados desenvolvem alguma atividade com foco no benefícios da comunidade.

O tratamento dado aos resíduos gerados por

seus negócios (q.37) é um fato revelador da preocupação dos entrevistados com o meio ambiente e consequentemente com a melhoria das condições de seus territórios. Nesse ponto as respostas apontaram práticas bastante adequadas de destinação dos resíduos, cabendo um percentual muito residual para atitudes como queimar/incinerar ou jogá-lo em terrenos baldios. Embora a maior parte das respostas tenha apontado o uso dos serviços públicos de coleta de lixo (prestados pela Comlurb, ou por garis comunitários), outra resposta nos chama atenção, já que além de indicar a adequada destinação desse material, aponta também para uma articulação com outras iniciativas, como, por exemplo, a coleta e reciclagem. Tais informações são verificadas quando, por exemplo, 48% dos entrevistados do **T1** afirmam selecionar o lixo reciclável o para reutilizá-lo, vendê-lo ou doá-lo. No **T2** esse percentual ficou em 26,7%, no **T3** com 21,7%, enquanto no **T4** verificou-se um índice menor, em torno de 18%.

Essa prática, em maior ou menor proporção, aponta para a existência de iniciativas locais de coleta e manejo de resíduos sólidos, ao mesmo tempo que aponta para a articulação entre tais iniciativas com o tecido socioprodutivo local. Além disso, deve-se sempre ter em conta que tais ações merecem ser fomentadas já que a destinação dos resíduos sólidos representa um grave desafio para a gestão ambiental de cidades, uma vez que em linhas gerais observa-se um nível muito baixo de tratamento desse tipo de material que, ao invés de ser descartado como lixo comum, pode ser reciclado e reaproveitado, gerando oportunidades de trabalho e geração de renda.

Por fim, tendo em conta todos os dados apresentados acima e a análise de seus contextos, chegou-se ao seguinte quadro:

TERRITÓRIO	PONTUAÇÃO
T1 Quinze - CDD	2,2
T2 Nova Brasília e Alvorada - Complexo do Alemão	1,5
T3 Varginha e Vila Turismo - Manguinhos	1,2
T4 Santa Marta	1,8

Cooperatividade externa real dos quatro territórios.

COOPERATIVIDADE EXTERNA POTENCIAL

Por cooperatividade externa potencial deve-se considerar a inclinação, desejo, ou expectativa do entrevistado em participar de ações coletivas com os demais atores do tecido socioprodutivo, buscando com isso promover o desenvolvimento local e a formação de redes solidárias. Importante dado para refletir sobre essa cooperatividade é fornecido através da questão 23 que trata do interesse do entrevistado em participar de movimentos para compra coletiva. Aqui as respostas variaram consideravelmente indo desde 25% no **T2** até 57% no **T4**, ficando os Territórios **T1** e **T3** cada qual com 42,4% e 36% respectivamente. Este é um importante balizador para mensurar a cooperatividade externa potencial das comunidades, já que aponta para um horizonte de maior integração entre os atores econômicos locais, o que faz com que sejam criadas e/ou fortalecida suas redes. Sob o ponto de vista específico da questão 23, o **T4** desponta com maior potencial de cooperatividade externa, enquanto o **T2** teria o menor potencial.

Para o indicador de cooperatividade externa potencial também foi considerada a percepção dos entrevistados sobre o nível de cooperatividade da comunidade onde estão inseridos. Assim, uma visão mais otimista sobre o potencial colaborativo poderá sinalizar um maior potencial de cooperatividade naquele território, da mesma forma que havendo um maior número de respostas negativas, sinalizando a falta de crença na cooperatividade local, pode ser um elemento a apontar um reduzido potencial colaborativo externo.

Nesse ponto, 69,3% dos entrevistados do **T2** acreditam que as pessoas da comunidade são colaborativas sim, enquanto a menor ocorrência dessas respostas ficou no **T3**, com 34% dos entrevistados apontando a existência de tal colaboração. Entre esses dois polos, o **T1** apresentou 61,8% enquanto no **T4** a verificação de atitudes colaborativas entre as pessoas foi apontada por 38,1% dos entrevistados.

TERRITÓRIO	PONTUAÇÃO
T1 Quinze - CDD	3,1
T2 Nova Brasília e Alvorada - Complexo do Alemão	2,6
T3 Varginha e Vila Turismo - Manguinhos	1,9
T4 Santa Mata	2,8

Cooperatividade externa potencial dos quatro territórios.

Como ler esses números

Por mais que pareça óbvio que de acordo com a escala proposta para análise dessas cooperatividades a nota 10 é ótima e a 0 é péssima, é preciso contextualizar o cenário desses números, e por isso não será feita aqui uma escala de satisfação dessas notas apontando um nível insatisfatório, satisfatório, bom ou ótimo. A pesquisa busca o grau de cooperatividade com vistas à economia solidária, onde, em um cenário ideal, adota-se a plena democracia interna nos empreendimentos, e todos eles estão integralmente voltados para a promoção do desenvolvimento social, econômico e ambiental do território, em um cenário de intensa articulação comercial com seus parceiros locais, buscando o desenvolvimento de seu território também através da participação em espaços coletivos de desenvolvimento local, e por meio de projetos e ações para alcançar esse objetivo.

Mas todas essas características estão relacionadas a um perfil contra-hegemônico, já que sabemos que o mercado em nossa sociedade capitalista é um ambiente voltado prioritariamente para a competição e a busca de ganhos individuais de cada um dos agentes nele presentes, onde eventuais preocupações com o meio ambiente estão mais próximas da publicidade do que de uma preocupação e atuação de fato nesse sentido. O mapeamento mostra como previsto na hipótese da pesquisa que o tecido produtivo local é composto majoritariamente por empreendimentos populares, marcados por um grande número de empreendedores individuais, voltados para a comercialização de seus produtos sem qualquer articulação com seus pares para compra e/ou venda de produtos, havendo também considerável presença da informalidade (**T3** tem aproximadamente 93% de seus empreendimentos nessa condição, e a **T1** com 42% de empreendimentos sem CNPJ. O **T2** e o **T4** tem respectivamente 82% e 72% dos entrevistados na informalidade).

Nesse contexto não poderia ser esperado que a média das cooperatividades fosse alta, o que - mesmo a título de hipótese – não pode ser esperado em nenhum outro território do Rio de Janeiro. Assim, esses índices de cooperatividade devem ser usados como forma de comparar territórios, setores produtivos ou principalmente para avaliar o resultado de politicas com vias a promover a solidariedade, o associativismo e o desenvolvimento local.

Ações propostas

Como se viu, no caso do **T4**, a conjugação de esforços entre equipes de pesquisa e formação em um mesmo território fez com que a economia solidária ganhasse mais ênfase junto aos empreendedores, o que revela um caminho a ser seguido a partir de agora. É recomendável que ações como essas tenham continuidade nos territórios já contemplados pelo Rio Economia Solidária e possam também ser estendidos para outras áreas da cidade, abrindo para os empreendedores desses novos lugares janelas de oportunidades trazidas por esse outro tipo de economia.

Ao contrário das demais propostas, a economia solidária tem se configurado como um grande movimento articulado em iniciativas sociais, acadêmicas, governamentais e privadas, o que denota a grande força e potencial de crescimento de seus princípios. Mesmo sabendo que os critérios utilizados aqui para medir as quatro cooperatividades estão mais próximos do ideal do que do real, todo movimento em direção a eles merece reconhecimento e apoio, pois tem em si o gérmen de uma nova forma de economia, mais voltada para o atendimento das necessidades comuns do que a satisfação dos desejos privados.

Assim, se faz necessária a implementação de novos programas de apoio nesses territórios, só eles tem a capacidade de suprir as deficiências de integração entre as instituições locais, seja promovendo a criação de instituições formais, seja promovendo sua articulação com o contexto local, ou finalmente transformando formas latentes de articulação e cooperatividade em arranjos institucionais e organizacionais mais abrangentes e que tenham alguma finalidade econômica ou produtiva. Esses programas de apoio exercem importante função na catalisação dos anseios econômicos e sociais de um território, incorporando os atores sociais relevantes para a dinamização da economia, articulando e mobilizando os diferentes atores, e preparando-os para as metas de projetos relacionados com os programas de apoio.

A partir dos dados levantados vale sugerir que tais programas tratem mais a princípio da cooperatividade externa desses empreendimentos, focando na construção de redes econômicas solidárias entre seus pares, permitindo maior valorização dos atores presentes no tecido socioprodutivo local, seja mapeando os fornecedores locais, seja buscando articulação para modalidades coletivas de compras, dentre outros pontos. É provável que a construção dessa trama estimule as outras modalidades de cooperatividade podendo refletir no surgimento de novos empreendimentos já configurados em um formato mais solidário e cooperativo.

Reflexões sobre o percurso metodológico

A METODOLOGIA UTILIZADA

Quanto a escolha metodológica, faz parte das premissas do Soltec/UFRJ o trabalho com a pesquisa-ação, uma vez que esse referencial metodológico possibilita a identificação das demandas locais associadas à possibilidade de uma intervenção direta. E considerando que o desenvolvimento local é um eixo orientador para o trabalho comunitário na perspectiva da autonomia individual e coletiva de seus envolvidos.

Nesse sentido, a escolha metodológica foi coerente aos princípios do Soltec/UFRJ, porém, com o desafio de ser colocada em prática. Isto porque o projeto RIO ECOSOL trouxe um conjunto de outros parceiros institucionais, estabelecendo uma codependência entre os envolvidos, além de um cronograma que não possibilitou obedecer a uma lógica sequencial das atividades. Assim, as ações que seriam realizadas de acordo com o resultado da pesquisa, acabaram acontecendo durante o seu processo de execução, por conta do tempo regulamentar do projeto.

Dessa forma, deve-se sempre avaliar com muito cuidado a pertinência e os limites de se trabalhar com a pesquisa-ação (ou qualquer metodologia participativa) em um projeto que já tem metas pré-definidas em um contrato, convênio ou edital, e que assim, limita as possibilidades de definição de objetivos e rumos da pesquisa por parte dos atores sociais envolvidos. O ideal era que esses objetivos e metas do projeto fossem construídos desde o início com os atores sociais envolvidos, que não houvesse um hiato de tempo tão grande entre a construção do projeto e sua execução (como há normalmente devido as burocracias estatais), e que houvesse maior flexibilização desses objetivos em função dos anseios daqueles interessados pelo projeto.

Por fim, outro limitador de se trabalhar com a pesquisa-ação em um território tão grande de atuação, dentro de um contrato, convênio ou edital, é a dificuldade de garantir a etapa da ação. continuidade do projeto. Isso se dá principalmente a como são formatadas as políticas públicas, que costumam ter períodos de execução de um ano e descontinuidades entre novas contratações ou aberturas de novas chamadas públicas. Se em qualquer projeto esse tipo de descontinuidade é muito problemático, no caso de projetos com atores socialmente desfavorecidos, essa questão é mais grave e pode inviabilizar qualquer ação transformadora.

ORGANIZAÇÃO DA EQUIPE

A composição interdisciplinar da equipe que atuou no projeto foi o aspecto de maior relevância. Os diferentes olhares e saberes em convergência ao objetivo comum de realização da pesquisa-ação foi um componente importante no processo de trabalho. A tomada de decisão compartilhada e decidida coletivamente foi importante para a solidez com que as atividades foram realizadas, considerando os prazos previstos e a dinâmica dos territórios envolvidos.

No que se refere aos agentes de pesquisa, a avaliação dos mesmos foi positiva em relação à gestão, sobre a relação com a equipe e a metodologia utilizada ao longo do processo de trabalho. As declarações demonstraram o aprendizado do grupo acerca da economia solidária e dos conhecimentos sobre pesquisa-ação. Ressaltaram a horizontalidade na relação entre as equipes locais, gerando um clima de cooperação. Os agentes se colocaram de forma entusiasmada com a oportunidade e, em geral, demonstraram interesse em novas oportunidades de

participação em projetos de economia solidária.

Também merece destaque a importância da contratação de profissionais dos próprios territórios pesquisados (e adjacências), já que esse elemento forneceu maior credibilidade aos entrevistados sobre os objetivos e impactos da iniciativa, reduzindo as dúvidas sobre eventuais ligações com ações de fiscalização e ordenamento urbano, fato que pareceu preocupar uma parcela dos entrevistados. Buscando evitar ruídos nesse sentido, todos os profissionais de campo foram identificados com camisas, bolsas, e crachás do projeto Rio Economia Solidária, embora a relação do projeto com a Prefeitura ainda fosse foco de desconfiança para alguns.

LEVANTAMENTO DOS ATORES SOCIAIS

Devido ao tamanho dos territórios e as características de cada ator social, estas informações tiveram caráter desigual. Na medida em que o Santa Marta tem um número maior de atores por habitantes podemos inferir que existem mais possibilidades de cooperação e estímulo à mobilização para a busca de alternativas socioeconômicas para os problemas observados no território.

No entanto, não se trata de uma inferência objetiva, pois apesar de indicarem potenciais de trabalho coletivo e cooperação mútua, deve-se considerar ainda que nem todos tem o perfil da mobilização política, bem como apresentam formas desiguais de atuação e mesmo de interesses no modo como se inserem localmente. A presença dos atores aumenta o potencial de mobilização, o que não implica necessariamente no aumento da participação nestes projetos e instituições.

Em relação à Cidade de Deus, é o território no qual as associações estão mais sedimentadas, pois têm um longo período de atuação. Se por um lado elas podem revelar maior reconhecimento entre os moradores, por outro podem representar dificuldades para mudar o foco de sua atuação ou ainda para se agregarem a novos debates, na medida em que têm suas atividades já consolidadas.

De um modo geral, em todos os territórios a maior parte das atividades dos atores sociais está voltada para a atenção das crianças e adolescentes, com apoio à educação, reforço escolar e qualificação profissional. Porém, destacam-se também aquelas com maior potencial para o apoio a empreendimentos e atividades de economia solidária, na medida em que são organizações voltadas para a qualificação profissional de jovens e adultos e, ainda, organizações produtivas, tais como grupos de mulheres que produzem artesanato ou de catadores de lixo para reciclagem

Em termos gerais, a aplicação do pré-teste transcorreu sem problemas quanto ao acesso e interesse por parte dos entrevistados. O depoimento dos agentes de pesquisa não apontou para dificuldades que não estivessem dentro do previsto, como a pouca disponibilidade dos entrevistados para atenção integral ao processo de aplicação do questionário. Também não houve relatos de situações constrangedoras nessa etapa de exercício em campo.

Este objetivo foi alcançado pela discussão junto com pesquisadores e agentes de pesquisa, a partir de conversas e reuniões nas quais foram discutidos os problemas relatados nos campos de observação. A partir disso, diversas mudanças foram efetuadas no formulário, visando atender as demandas apresentadas pelos agentes.

Foram aplicados um total de 92 questionários nos quatro territórios do projeto, de acordo com a distribuição da tabela abaixo:

TERRITÓRIO PESQUISADO	BASE	%
CDD	27	29,7
Complexo do Alemão	30	33,0
Manguinhos	22	23,1
Santa Marta	13	14,3
Total	92	100,0

Total de questionários de atores sociais aplicados

MOBILIZAÇÃO DE ATORES SOCIAIS E COMITÊ LOCAL DE PESQUISA

Desde a apresentação inicial do projeto aos atores locais, até as devolutivas dos resultados da pesquisa, passando pela formação do CLP, houve um intenso esforço da equipe de pesquisa em mobilizar um número cada vez maior de moradores para esses espaços.

Fato é que o volume de participação oscilou bastante ao longo da pesquisa, tendo havido diferenças também entre cada um dos quatro territórios, o que é mais do que justificável a considerar todas as suas particularidades. Como os resultados dessa mobilização já foram apresentados anteriormente, agora será descrito alguns fatores que impactaram negativamente nessa ação, acreditando que as lições aqui divulgadas terão grande valor para futuras pesquisas.

Como primeiro ponto deve ser considerado o perfil do CLP. Tendo como objetivo servir como espaço de escuta aos atores locais, possibilitando a eles interferir construtivamente nos rumos da pesquisa, como também ser um campo de divulgação e análise de seus resultados, os atores que participam do CLP tendem a ter um perfil com formação de nível superior e acadêmico, pois o CLP não tem como resultado ações que gerem benefícios diretos e rapidamente apropriáveis aos participantes, como capacitações e formações.

Dentre as pessoas envolvidas com pesquisas e projetos sociais nos territórios – e por isso mais interessadas em espaços como o CLP – grande parte já está completamente absorvida por suas atividades, não restando muita disponibilidade de tempo. Também deve ser levado em conta que todos esses territórios tem sido nos últimos anos objeto de diferentes projetos e pesquisas patrocinadas por ONGs e pelo Poder Público, todas buscando – e maior ou menor medida – o engajamento dos atores locais como forma de legitimar seus trabalhos.

Como relatado nos próprios encontros do CLP, em alguma medida isso pode ter gerado uma redução na crença do potencial desses espaços participativos, já que por mais que houvesse o engajamento, nem sempre os participantes se apropriavam das informações levantadas, ou mesmo de outros resultados aventados para mobilizá-los. Uma solução, porém, é aproveitar ao máximo eventuais espaços já existentes nesses territórios como fóruns e/ou comitês comunitários, e buscar articular com eles a agenda da pesquisa. Essa estratégia, além de tudo, serve para fortalecer iniciativas já estruturadas, dando a elas mais respaldo e força a partir do seu reconhecimento como espaço de participação social, o que já representa um ganho para a promoção do desenvolvimento local.

Nesse sentido, adotou-se – mesmo que pontualmente - uma estratégia de articulação com sujeitos políticos coletivos de atuação local, cuja trajetória era de conhecimento público, com destaque para o Fórum de Desenvolvimento Local de Manguinhos, o Comitê de Desenvolvimento Local da Serra da Misericórdia, no Complexo do Alemão, enquanto na Cidade de Deus, cabe destacar a relação historicamente construída pela atuação anterior do Soltec/UFRJ, de forma próxima à Agência de Desenvolvimento Local e ao Comitê Comunitário da Cidade de Deus. No Santa Marta não identificamos este tipo de sujeito coletivo, salvo o grupo ECO, onde foi instalado o Ponto Solidário.

APLICAÇÃO DOS QUESTIONÁRIOS

Alguns problemas operacionais para a realização das entrevistas foram identificados no decorrer de sua realização. A similaridade com outras pesquisas já realizadas ou em andamento nos territórios em questão, vinculadas com a logomarca da Prefeitura na camisa dos agentes despertou resistência em empreendedores para participarem da mesma, motivada pelo caráter informal de sua atividade. Nesse sentido, procurou-se distinguir ao máximo a pesquisa do Rio Economia Solidária de outras que, apesar de similares, têm intenções diferenciadas. Assim, os agentes de pesquisa capacitados puderam esclarecer as dúvidas elucidando os aspectos positivos desse trabalho.

Também foram identificadas algumas situações de resistência para a participação na pesquisa devido à desconfiança em relação à obrigatoriedade para legalização do empreendimento. Independente do motivo procurou-se clarificar o objetivo do trabalho, focalizando no conceito e na importância da economia solidária e no caráter participativo que permeia as ações implementadas pelo Soltec/UFRJ no projeto.

DEVOLUÇÃO DOS RESULTADOS

A primeira reunião de devolução dos dados da pesquisa, na verdade, foi realizada nas instalações da UFRJ, tendo sido feita em conjunto com o Cedac, nos primeiros dias de outubro. Essa reunião permitiu uma aproximação inicial das pessoas dos territórios com o plano de ação a ser construído, que se tornou insumo importante para enriquecer os debates que viriam a ocorrer posteriormente em nível local.

As reuniões de Devolutivas e elaboração dos planos de ação foram realizadas mais de uma vez em cada comunidade, em dias da semana, horários e lugares diferentes, visando contemplar a disponibilidade do maior número de pessoas. Como forma de mobilização para os encontros foi entregue convites em mãos, enviado e-mails, efetuado contatos por telefone, deixado recados, enfim, todas as formas que se mostraram factíveis naquele momento.

As sessões de Devolutiva duraram em média uma hora. Tendo oscilado muito pouco a maior ou menor presença, assim como não mostrou variação expressiva um nível supostamente mais ou menos consistente dos debates, se confirmou claramente para o Soltec/UFRJ que o fator mais importante nesta etapa se traduziu em seu papel na metodologia. Porem, consideramos que a presença dos empreendedores foi baixa, o que implica ainda em uma necessidade de maior debate e detalhamento dos planos de ação apresentados nos capítulos anteriores antes de qualquer ação.

Considerações finais

Entendemos a economia solidária como muito mais do que apenas um conjunto de empreendimentos solidários. Em primeiro lugar, a economia solidária é um movimento social e, por isso, tem diferentes níveis de organização política, com fóruns locais, estaduais (no Rio de Janeiro, temos o Fórum de Cooperativismo Popular – FCP como representante estadual) e o Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES). Esses espaços são compostos por empreendimentos da economia solidária e por outros atores que militam nesse movimento, como assessorias e agentes públicos.

Além disso, a economia solidária é a construção de um novo modelo de sociedade, que envolve aspectos de produção, consumo, distribuição e reprodução da vida. Para isso, necessita de estruturas de apoio e sustentação, como também de uma construção cultural e subjetiva de valores que promovam uma lógica de solidariedade e cooperação na sociedade.

Nos últimos dez anos, vimos o fortalecimento de políticas públicas e a criação de estruturas de apoio à economia solidária. Nos últimos anos, porém, vemos ao mesmo tempo uma apropriação e o enfraquecimento da radicalização do seu conceito. Como exemplo, podemos citar a tentativa de colocar no mesmo espaço políticas públicas para a Economia Solidária e as pequenas empresas, rejeitado pelo movimento: "Os trabalhadores e trabalhadoras de economia solidária de todo o Brasil reafirmaram posição de construir uma política pública de economia solidária no Brasil, e disseram não ao Projeto de Lei 865 que cria o Ministério da Micro e Pequena Empresa e Economia Solidária" (FBES, 2012).

Outro elemento, nesse sentido, é a apropriação do termo economia solidária pelo grande capital, chamando ações de responsabilidade social de economia solidária e promovendo o termo empreendedorismo como que se aplicável igualmente a pequenas empresas e empreendimentos populares e solidários. Mais grave é perceber que essa confusão conceitual é adotada pelo Estado e por políticas públicas, gerando ações contraditórias que promovem ações de fomento à competitividade dos empreendimentos e de cooperação de forma confusa.

Especificamente à economia popular, o que vemos cada vez mais forte são ações que, por um lado, estimulam de forma acrítica a formalização e regularização, por outro, repreendem de forma violenta aqueles que não se adequam a essa realidade. Não que a formalização não possa ser um elemento benéfico aos empreendimentos, porém deve ser feita de forma gradual e cuidadosa para permitir que os empreendimentos se adaptem às novas condições, e apenas nos casos em que é possível absorver os custos adicionais que ela traz. Em alguns casos, os empreendimentos têm como objetivo para seus donos apenas sua subsistência ou complementação de renda, e pode não ser desejada nem necessária a formalização. Em outros, devido aos formatos jurídicos existentes para a regularização do empreendimento, pode-se atrapalhar um processo existente de relações horizontais em formação, já que é necessário estabelecer formalmente donos, empregados ou presidentes.

Por fim, esta pesquisa pode ser vista como um mapeamento de determinadas questões sobre os empreendimentos populares em quatro territórios, que permitiu levantar algumas hipóteses, como os índices de cooperatividade, porém de forma exploratória. A partir de agora, é necessário que o poder público e outros atores sociais e o próprio movimento assumam esses resultados como ponto de partida a fim de iniciar algumas ações mais objetivas e concretas, de retorno de curto prazo.


ARTE
...C.D.D...
CUTURE

CONCLUSÃO

Uma nova agenda para os territórios

Diante, portanto, do desafio de investigar o grau de cooperatividade nos territórios abrangidos pelo projeto, para poder definir quais os passos possíveis para o fortalecimento da economia solidária, verificou-se de imediato que entre os ramos de atividade mais encontrados estão os de alimentação, bebidas, vestuário e estética, reproduzindo elementos típicos de composição do tecido produtivo da tradicional economia popular e urbana.

De forma bastante objetiva, é importante destacar que a pesquisa apontou a quase inexistência de empreendimentos econômicos solidários, ou empreendimentos da economia solidária. Do total de 940 empreendimentos mapeados, temos 240 que podemos chamar de "coletivos", ou seja, possuem três ou mais membros. Destes, apenas 30 autodeclaram praticar a economia solidária e nove disseram participar de uma rede ou fórum de Economia Solidária. E nenhum empreendimento declarou que pratica economia solidária e participa de fóruns ou redes da EcoSol. Por outro lado, temos 500 empreendimentos que declararam ter algum interesse em praticar a economia solidária e 20, que já participam de fóruns ou redes de EcoSol, mesmo sendo empreendimentos individuais ou contendo apenas duas pessoas.

Outro fator que sobressaiu foi a presença majoritária de empreendimentos individuais, com exceção da Cidade de Deus, o que talvez se deva ao histórico de lutas e organização comunitária vivenciadas naquele território, suscitando formas variadas de articulação e relações associativas. Cabe ressaltar que a proposta da economia solidária traz no trabalho associativo um de seus referenciais estruturantes. Tal constatação, porém, suscitaria questionar, por exemplo, a situação encontrada no Santa Marta, território também reconhecidamente marcado por manifestações, lutas e conquistas históricas obtidas pela população local, mas onde foi percebido um grande número de empreendimentos individuais.

Embora a análise apurada desse dado – assim como de vários dos resultados apresentados ao longo deste livro – mereça reflexões que passam pela própria forma como os territórios hoje se veem, como são vistos e mesmo como são exibidos pelos canais de mídia convencional, além de todo o impacto associado à política de pacificação de (algumas) favelas em curso na cidade do Rio de Janeiro, para esta situação específica, os resultados de caráter mais subjetivo concernentes ao Santa Marta, com o adendo da pesquisa qualitativa realizada junto a alguns empreendedores locais, convergiram em apontar uma mudança ocorrida no tempo.

Hoje, valoriza-se naquele território a história pregressa sobre os mutirões e as ações locais coletivas organizadas no passado, sem que tenha havido uma solução de continuidade, o que resultou em um cenário onde se soma à ausência de políticas de Estado a redução progressiva da participação dos interlocutores locais. É exemplar, sob esta perspectiva, que atualmente menos de 10% dos responsáveis por empreendimentos entrevistados no Santa Marta façam parte de algum fórum ou rede de articulação local.

Reproduzindo de certa forma a "cidade partida" traçada em livro sob esse título pelo jornalista Zuenir Ventura, nesse caso, em se tratando de favelas, o quadro também se complica ao passarmos para a Zona Norte, onde estão localizados Manguinhos e o Complexo do Alemão. Este último território, entretanto, ganhou contornos singulares pela própria entrada, e forma televisiva, das forças militares de ocupação, e, desde então, tem sido frequentado pelas mais variadas formas de organização social, recebendo forte apelo turístico e tornando-se palco de importantes eventos culturais, o que certamente

ensejará ações em continuidade ao legado deixado pelo projeto Rio Economia Solidária.

Já no caso de Manguinhos, estamos falando de uma comunidade com baixíssima autoestima, o que é atribuído, de forma geral, pelos atores e empreendedores locais à situação de descaso do poder público para com o território, fator que antecipa consequências ainda mais nocivas sobre essa autoestima, que poderão advir da ausência de um legado claro do projeto com relação a esse território específico, na percepção do Soltec/UFRJ.

É por demais sintomático que nenhum dos 161 empreendimentos entrevistados naquele território faça parte de qualquer fórum ou rede de articulação local. Assim como mais de 65% dos entrevistados em Vila Turismo e 70% em Varginha afirmaram que não gostariam de participar de atividades voltadas ao desenvolvimento da comunidade, devido à falta de tempo. Tempo que, quando estamos naquele território, dá mesmo a nítida sensação de estarmos em universo paralelo ao ritmo frenético da sociedade de consumo.

Outro recorte no qual a cidade se mostrou mais uma vez com realidades distintas no eixo Sul-Norte remeteu à questão da informalidade, como já demonstrado até aqui. Cabe salientar, no entanto, que não foi feita nenhuma ação por parte dos entrevistadores (agentes locais de pesquisa) no sentido de comprovar a existência ou não do registro do empreendimento, do mesmo modo como não eram tomadas por eles atitudes diretas de checagem do conjunto de informações prestadas. Ficavam passíveis de observação – e revisão das respostas dadas – somente aquelas situações que se manifestassem espontaneamente (como, por exemplo, aqueles que diziam não contar com nenhum apoio da família, e durante a própria realização da entrevista tiveram ajuda de um familiar para tocar o negócio).

Tendo sido os agentes locais orientados a afastar de imediato qualquer conotação desta pesquisa com intenções de promover a legalização dos empreendimentos, o quadro com o qual se depararam consolidou mais um traço marcante, típico da economia popular: a informalidade nas relações econômicas.

Sem que caiba à pesquisa uma ampla reflexão sobre as vantagens ou não da formalização desses micro e pequenos empreendimentos da economia popular, e sem desconhecer que o Estado traça estratégias na direção de ampliar o número de empreendimentos regularizados, o que se captou remete, no máximo, a perceber, em especial nos territórios ditos pacificados, um sentimento de que se deve "andar na linha". Evidente que essa é uma percepção merecedora de estudos específicos (já que esse não foi o objeto desta pesquisa), em especial sobre o que vem acontecendo nos bairros que recebem uma Unidade de Polícia Pacificadora (UPP), como a Cidade de Deus.

> ***"A pesquisa apontou a quase inexistência de empreendimentos econômicos solidários, ou empreendimentos da Economia Solidária".***

O que compete ao Soltec/UFRJ assinalar é a preocupação associada a que as possibilidades de fortalecimento local da economia solidária venham a ser dirimidas, caso a formalização de um pequeno empreendimento, que, muitas vezes, jamais teve qualquer contato anterior com registros formais, possa equivaler no imaginário coletivo comunitário, de forma confusa e não benéfica, a "estar dentro da lei" em seu sentido mais criminal.

Compreendemos que o desenvolvimento social pressupõe que as pessoas cumpram suas obrigações sociais por se perceberem em uma sociedade de direitos. No caso dos pequenos empreendedores, mas valendo para toda a população, é fundamental que haja transparência, existência de mecanismos para o controle social e democracia efetiva na alocação de recursos do investimento oficial.

Em síntese, os resultados obtidos de forma quantitativa e qualitativa, mirando no objetivo de mapear os empreendimentos populares e solidários nos quatro territórios, mas levando em consideração o subjetivo de entrevistadores, entrevistados, atores locais e, por que não, do próprio território, ensejaram os capítulos referentes aos territórios de pesquisa. A apresentação desses resultados se deu em três níveis: em uma Devolutiva ampliada, organizada em conjunto com o Cedac nas instalações da UFRJ com empreendimentos dos quatro territórios; em várias sessões Devolutivas nos quatro territórios; e em algumas apresentações para a equipe da Sedes, contando com a presença de parceiros do projeto e dos administradores dos Pontos Solidários.

Nas sessões promovidas nos territórios para devolução dos resultados e construção dos planos de ação, mais uma leva de aprendizados emergiu, congregando aspectos metodológicos, organizativos e operacionais. A começar pela crucial e latente questão da mobilização. A estratégia adotada pelo Soltec/UFRJ de ter trabalhado com agentes locais de pesquisa selecionados dentro dos quatro territórios mostrou-se acertada, sob diversos ângulos. Entre estes, vale ressaltar que a própria consecução de 940 entrevistas válidas (fora as recusas em participar) só foi possível graças à efetiva pertença dos agentes junto aos territórios.

Por outro lado, no momento em que foi possível realizar os processos de devolução e elaboração dos planos de ação, os agentes já não mais integravam a equipe permanente do projeto, assim como as necessidades de sobrevivência já os haviam conduzido para outras atividades profissionais. Há que ressaltar que não se deve tecer expectativa de uma participação necessariamente engajada dos agentes, já que estes normalmente também se encontram em situações de vulnerabilidade social.

A média de dez moradores nas reuniões Devolutivas – mesmo após uma forte ação mobilizadora feita às pessoas/empreendedores dos territórios –, nas quais foram apresentados os resultados da pesquisa e houve a elaboração de quadro de ações voltado para o desenvolvimento do território, trouxe à equipe a certeza de que há ainda um longo caminho a ser percorrido até reverter do imaginário coletivo popular a pergunta: "O que isso vai mudar na minha vida?", quando não se têm, efetivamente, respostas concretas que apontem nessa direção.

Mesmo assim, e com o adendo dos resultados da pesquisa terem revelado ser grande ainda o desconhecimento da economia solidária, foi possível estabelecer ricas discussões nas sessões Devolutivas com os participantes. Questões como quais ações de economia solidária contribuiriam para o desenvolvimento dos territórios, a partir do conhecimento que tinham da localidade e dos dados que foram apresentados, trouxeram um rico debate e permitiram a construção do quadro-síntese que sumaria as propostas de plano de ação nos territórios.

Por fim, há que se reforçar uma consideração metodológica fundamental feita pelo Soltec/UFRJ desde o desenho deste complexo e importante projeto. Um processo de pesquisa-ação, em sua completude, não caberia nesta iniciativa, por aspectos de tempo, distâncias, diferenças variadas a serem trabalhadas entre autores e atores, entre outros fatores. Assim, o que seria feito – e em nossa avaliação foi, até de maneira surpreendentemente favorável – foi uma pesquisa-ação possível, chegando "até onde se pode, com o que se tem", nas palavras do professor Michel Thiollent. A ele, agradecemos o aprendizado, compartilhamos eventuais méritos, nos desculpamos e lhe desincumbimos de possíveis equívocos metodológicos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIERNACKI, P.; WALDORF, W. Snowball Sampling: Problems and Techniques of Chain Referral Sampling. Sociological Methods and Research. Volume: 10, Issue:2. November 1981. Pages:141-163.

BROSE, Markus. Metodologia Participativa - Uma Introdução a 29 Instrumentos. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2001.

DIONNE, Huges. A Pesquisa-ação para o desenvolvimento local. Trad. Michel Thiollent. Brasília: Liber Livro Editora, 2007.

FRANÇA FILHO, G. Terceiro setor, economia social, economia solidária e economia popular: traçando fronteiras conceituais. Bahia análise e dados. Salvador: SEI/ Governo da Bahia, 2002b, v. 12, n. 1, jun. 2002.

GAIGER, Luiz. (1999), "Significado e Tendências da Economia Solidária", in Central Única dos Trabalhadores – CUT (org.), Sindicalismo e Economia Solidária. São Paulo, CUT.

MONTEIRO, J. de P. Cooperação: saiba oque é cooperatividade sistêmica para um novo tipo de desenvolvimento. Brasília: Agência de Educação para o Desenvolvimento, 2003.

MORIN, André. Pesquisa-ação integral e sistêmica: uma antropopedagogia renovada. Tradução Michel Thiollent. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

PINTO, J. B. G. Pesquisa-ação: detalhamento de sua seqüência metodológica, Recife: SUDENE/PNUD, 1989.

PLANO PARA O DESENVOLVIMENTO COMUNITÁRIO EM CIDADE DE DEUS, 2004. Disponível em: http://www.redescomunitarias.org.br/images/Biblioteca/Plano%20de%20Desenvolvimento%20Comunit%C3%A1rio%20da%20Cidade%20de%20Deus.pdf.

SILVEIRA, Caio Márcio; BOCAYUVA, Pedro Cunca; ZAPATA, Tânia. Ações integradas e desenvolvimento local: tendências, oportunidades e caminhos. In: SPINK, Peter, BAVA, Silvio Caccia, PAULICS, Veronika. Novos contornos da gestão local: conceitos em construção. São Paulo: Instituto Pólis, Programa Gestão Pública e Cidadania, 2001. Disponível em: http://www.polis.org.br/obras/arquivo_152.pdf

SINGER, Paul. Introdução à economia solidária. São Paulo, Fundação Perseu Abramo. 2002.

STRECK, D. R. Pesquisar é pronunciar o mundo: notas sobre método e metodologia. In: BRANDÃO, Carlos Rodrigues; STRECK, Danilo Romeu. (Org.). Pesquisa participante: o saber da partilha. Aparecida/SP: Idéias & Letras, 2006. p. 259-276. v. 1.

THIOLLENT, M. Metodologia da Pesquisa-ação. São Paulo: Cortez Editora. 1985.

THIOLLENT, Michel (org.). Pesquisa-ação e projeto cooperativo na perspectiva de Henri Desroche. São Carlos-SP: EdUFSCar, 2006.

VENTURA, Z. Cidade partida. São Paulo,Companhia das Letras. 1994.

ZAOUAL, H. Nova economia das iniciativas locais. Uma introdução ao pensamento pós-global. Ed. DP& Editora. Em fase de revisão para publicação, 2003.
BRANDÃO, C. R. (Org.). Pesquisa participante (5ª ed.). São Paulo: Brasiliense. 1985.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

FALS-BORDA, O. Participatory (action) research in social theory: Origins and challenges. In P. Reason & H. Bradbury (Eds.), Handbook of action research (pp. 27-37). London: Sage. 2001.

FALS-BORDA, O.; RAHAMAN, M. A. (Eds). Action and Knowledge: Breaking the monopoly with participatory action research. New York: Intermediate Technology/APEX. 1991.

FGV/ FGV Projetos. Avaliação do Impacto do Policiamento Comunitário na Cidade de Deus e no Dona Marta. Junho, 2009.

FIRJAN/IETS. Pesquisa nas Favelas com Unidades de Polícia Pacificadora da Cidade do Rio de Janeiro. Resultado Consolidado. Outubro, 2010.

FREIRE, P. Extensão ou Comunicação? Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1975.

FREIRE, P. Pedagogia da Autonomia – Saberes necessários à prática educativa. Paz e Terra, Rio de Janeiro. 1997.

FREIRE, P. Pedagogia do Oprimido. Paz e Terra, Rio de Janeiro. 2006.

IBGE, Censo Demográfico 2000 in MOREI-Módulo de Recuperação de Informações do Censo IBGE 1991-2000. Disponível em http://portalgeo.rio.rj.gov.br/morei9100/default.htm.

IETS, Primeira Análise da Pesquisa Socioeconômica e do Perfil de Gestão de Risco das Populações dos Morros Santa Marta, Babilônia e Chapéu Mangueira. Rio de Janeiro. Análise preliminar, 30/junho/2010. 55 p.

Senaes. Questionário SIES para mapeamento dos Empreendimentos Econômicos Solidários. 2005.

VALLADARES, L. (2005), A invenção da favela: do mito de origem a favela.com. Rio de Janeiro, FGV Editora.

Ficha dos Atores Sociais
Projeto Rio Ecosol - Pesquisa-ação SOLTEC

Nº do Formulário: __ __ __ Data da entrevista: ___ /___ / 2011 Nome do Entrevistador:_____ Território: 01 - CDD 02 - Alemão 03 – Manguinhos 04 - Santa Marta

1. Identificação do entrevistado
Nome do entrevistado: _____
Contato (e-mail/telefone): _____
Vínculo com a organização: _____

2. Identificação da Instituição/organização

Nome da Instituição/ Organização:	
Endereço:	Nº:
Bairro/ Comunidade:	CEP:
Município:	UF:
Telefone:	Fax:
E-mail:	
Site:	
CNPJ: ( ) Sim ( ) Não	

2. Há quanto tempo atua no território? _____

3. Tipo( ) 3.1 ONG / OSCIP
( ) 3.2 Sindicato Profissional (ex. telemarketing, engenheiro, ...)
( ) 3.3 Associação Comunitária
( ) 3.4 Entidade Setorial (ex. comércio, construção civil, ..)
( ) 3.5 Órgão governamental (municipal, estadual e federal)
( ) 3.6 Entidade Religiosa
( ) 3.7 Movimento Social
( ) 3.8 Meio de comunicação
( ) 3.9 Agremiação esportiva
( ) 3.10 Agremiação cultural
( ) 3.11 Liderança/Pessoa Física
( ) 3.12 Outro: _____

4. Quais as principais atividades realizadas no território? (projetos, periodo de funcionamento, número de pessoas atendidas, público atendido)

_____
_____
_____
_____

APÊNDICE II | FORMULÁRIO DE PESQUISA

CONTROLE DO FORMULÁRIO

Território pesquisado: ☐ 1. CDD ☐ 2. C. Alemão ☐ 3. Manguinhos ☐ 4. Santa Marta

Agente de pesq.:_____

Data da entrevista: ____/____/2011 Nº quest.:_____

IDENTIFICAÇÃO, ABRANGÊNCIA E CARACTERÍSTICAS GERAIS

1. Função que ocupa no negócio/empreendimento: [O entrevistado será o proprietário ou sócio]

1. ☐ Proprietário 2. ☐ Sócios

2. Sexo : 1. ☐ Feminino 2. ☐ Masculino [Não perguntar]

3. Até que série estudou? (grau de escolaridade):

1. ☐ Sem instrução formal
2. ☐ 1ª a 4ª série incompleta
3. ☐ 1ª a 4ª série completa
4. ☐ 5ª a 8ª série incompleta
5. ☐ 5ª a 8ª série completa
6. ☐ Segundo grau incompleto
7. ☐ Segundo grau completo
8. ☐ Superior incompleto
9. ☐ Superior completo
10. ☐ Mestrado/Doutorado
11. ☐ Especialização/pós-graduação lato sensu
99. ☐ NR (não respondeu)

4. Qual a sua idade _____

5. Nome do negócio/empreendimento:_____

6. Nome de fantasia/sigla:

1. ☐ Mesmo nome do negócio
2. ☐ Outro nome _____

[Se o empreendimento não tiver um nome ou razão social, escrever aquele pelo qual é conhecido na comunidade]

7. Ano de início do negócio/empreendimento:_____

8. Já foi proprietário ou sócio de outros negócios/empreendimentos antes deste?

1 . ☐ Não (pule para P09) 2 . ☐ Sim 99. ☐ NR

8.1 Que tipo de empreendimento era? _____

[Se teve mais de um empreendimento anterior, considerar o último antes do atual]

98. ☐ NA (Não se aplica) 99. ☐ NR

8.2 Por que mudou de ramo?

98. ☐ NA (Não se aplica) 99. ☐ NR

9. Qual o principal setor de atividade do seu empreendimento?

1. ☐ Produção 2. ☐ Comércio 3. ☐ Serviço 4. ☐ Produção e comércio

5. ☐ Comércio e serviços 99. ☐ NR

10. Qual o produto ou serviço que você vende/oferece _____

_____ 99. ☐ NR

[Descrever ou a atividade, ou o produto ou o serviço do negócio/empreendimento]

10A.1 [NÃO LER. APENAS MARCAR AS OPÇÕES CORRESPONDENTES DE ACORDO COM RESPOSTA DA P10] Ramo do negócio/empreendimento. [MÚLTIPLA]

		SIM	NÃO
10A.1.	Vestuário [costura, faccionista, confecção, etc]	1. ☐	2. ☐
10A.2.	Calçados [fabricação, conserto, etc]	1. ☐	2. ☐
10A.3.	Gráfica [impressão, excluindo serviços de lan house]	1. ☐	2. ☐
10A.4.	Bebidas [venda ou fabricação de bebidas]	1. ☐	2. ☐
10A.5.	Mobiliário [venda ou aluguel de casas]	1. ☐	2. ☐
10A.6.	Mecânica [oficinas de carro, motos, bicicletas, borracharias, etc]	1. ☐	2. ☐
10A.7.	Metalurgia [fundição, etc]	1. ☐	2. ☐
10A.8.	Combustíveis [venda de gás de cozinha, etc]	1. ☐	2. ☐
10A.9.	Ferragens [serralherias, etc]	1. ☐	2. ☐
10A.10.	Alimentação [restaurantes, mercearias, supermercados, etc]	1. ☐	2. ☐
10A.11.	Saúde [médicos, dentistas, [cuidador de idosos, etc]	1. ☐	2. ☐
10A.12.	Educação [creche, babá, escolinhas, etc]	1. ☐	2. ☐
10A.13.	Transporte [moto taxis, Kombi, taxi dentro da comunidade, etc]	1. ☐	2. ☐
10A.14.	Lazer [clube, produção de eventos, festas, DJ]	1. ☐	2. ☐
10A.15.	Serviços de informática [lan house, manutenção, etc]	1. ☐	2. ☐
10A.16.	Reciclagem	1. ☐	2. ☐
10A.17.	Outro _____		2. ☐

[Se houver "Outro", apenas escrever a resposta. Não precisa preencher o campo "SIM". Preencher todos os campos]

11. Forma de organização: [ESTIMULADA E ÚNICA]

1. ☐ Grupos de produção e/ou serviços informais não familiar
2. ☐ Grupo de produção/Negócio/Empreendimento familiar
3. ☐ Associação formalizada
4. ☐ Cooperativa formalizada
5. ☐ Negócio/Empreendimento individual
6. ☐ Micro ou Pequena Empresa
7. ☐ Outra _____

99 ☐ NR

12. Quantas pessoas trabalham no negócio/empreendimento? _____ 99. ☐ NR

[incluindo donos e sócios. Considerar apenas trabalhador remunerado, mesmo que familiar]

12.1. Nº Homens : _____ 99. ☐ NR 12.2. Nº Mulheres : _____ 99. ☐ NR

13. Sua família participa no negócio/empreendimento? [considerar membros remunerados e não remunerados]

1. ☐ Sim 2. ☐ Não [pule para P14] 99. ☐ NR

13.2. Em relação à forma como sua família participa do seu negócio/empreendimento, você diria que eles [Ler todas as opções]?

1. ☐ Ajudam apenas de vez em quando e não recebem nenhum pagamento
2. ☐ Ajudam de vez em quando e recebem uma ajuda de custo ou mesada para suas despesas, mas não recebem pagamento
3. ☐ Trabalham no negócio/empreendimento e recebem um pagamento/salário mensal.
4. ☐ Trabalha regularmente, mas não tem remuneração ou tem o pagamento das despesas cobertas pelo dono ou empreendimento

98. ☐ NA
99. ☐ NR

SITUAÇÃO DE TRABALHO NO EMPREENDIMENTO

14. Qual o tipo de vínculo que os(as) trabalhadores(as) possuem? [ESTIMULADA E MÚLTIPLA] [Incluindo familiares que recebem salário]

	SIM	NÃO	NR
14.1. Não tem empregados	1. ☐	2. ☐	99. ☐
14.2. Informal (sem carteira)	1. ☐	2. ☐	99. ☐
14.3. Cooperado/associado	1. ☐	2. ☐	99. ☐
14.4. Carteira assinada	1. ☐	2. ☐	99. ☐
14.5. Voluntário	1. ☐	2. ☐	99. ☐
14.6. Outro. Qual? _____		2. ☐	99. ☐

15. Qual a forma de remuneração das pessoas que trabalham no empreendimento? [ESTIMULADA E MÚLTIPLA]
[Incluindo familiares que recebem salário]

	SIM	NÃO	NR	NA
15.1. Salário fixo	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
15.2. Rateio/divisão entre os participantes	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
15.3. Recebe por produção/venda	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
15.4. Recebe por hora trabalhada	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
15.5. Não recebe em dinheiro, mas sim em produto	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
15.6. Não há pagamento [auto-consumo ou trabalho voluntário) (se for a única resposta, pule para P17]	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
15.7. Ajuda de custo/mesadas	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
15.8. Outro. Qual? _____		2. ☐	99. ☐	98. ☐

16. Quanto ganham, em média, as pessoas que trabalham no negocio/ empreendimento? [ÚNICA]
[Média dos salários pagos, excluindo os donos ou sócios]

1. ☐ Até meio salário mensal (até R$ 272,50)
2. ☐ Entre meio e 1 salário mínimo (Entre R$ 272,51 e R$ 545,00)
3. ☐ Entre 1 a 3 salários mínimos (entre R$ 545,01 e R$ 1.635,00)
4. ☐ Entre 3 a 5 salários mínimos (R$ 1.635,01 e R$ 2.725,00)
5. ☐ Mais de 5 salários mínimos (Acima de R$ 2.725,00)

98. ☐ NA 99. ☐ NR

GESTÃO DO EMPREENDIMENTO

17. [SE O EMPREENDIMENTO/NEGÓCIO FOR INDIVIDUAL OU SEJA, NÃO TEM FUNCIONÁRIOS OU SÓCIOS, PREENCHER NA EM P17 E P18 E IR PARA P19]
Quando você toma decisões sobre seu empreendimento, você costuma consultar: [ESTIMULADA E MÚLTIPLA]

	SIM	NÃO	NR	NA
1. Família	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
2. Sócios/coletivo de coordenação/gestão	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
3. Funcionários	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
4. Outros _____		2. ☐	99. ☐	98. ☐

18. [Se na P17 todas as respostas foram negativas, preencher NA e seguir para a próxima questão] Com que frequência o grupo se reúne para tomar decisões?

1. ☐ Menos de uma vez por mês
2. ☐ De uma a duas vezes por mês
3. ☐ De três a quatro vezes por mês
4. ☐ Uma a duas vezes por semestre
5. ☐ Uma a duas vezes por ano

99. ☐ NR 98. ☐ NA

19. O seu negócio/empreendimento possui CNPJ?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não [pule para 19.2] 99. ☐ NR [pule para 20]

19.1.Tipo de Registro:

1. ☐ Autônomo [pule para 19.3]
2. ☐ Associação [pule para 20]
3. ☐ Cooperativa [pule para 20]
4. ☐ Micro e Pequena Empresa [pule para 20]

98. ☐ NA 99. ☐ NR

19.2. Tem interesse em registrar o seu negócio/empreendimeto? [Se a resposta for positiva] Tem muito interesse ou pouco interesse?

1. ☐ Sim. Tem muito interesse
2. ☐ Sim. Mas tem pouco interesse
3. ☐ Não tem interesse [pule para P19.2.2]

99. ☐ NR 98. ☐ NA

19.2.1. Qual a principal razão para querer registrar o seu negócio/empreendimento? [ÚNICA E ESPONTÂNEA.] [Se o entrevistado der duas respostas, pedir que ele diga qual a principal]

1. ☐ Para ficar com o negócio correto
2. ☐ Para poder emitir nota fiscal
3. ☐ Para negociar melhor com fornecedores e compradores/consumidores
4. ☐ Para conseguir/ter acesso ao crédito/empréstimos
5. ☐ Para ter acesso a programas de investimentos/benefícios do governo
6. ☐ Outra razão _____

98. ☐ NA 99. ☐ NR

19.2.2. [SE TIVER FEITO A ANTERIOR PULAR ESTA] Qual a principal razão para NÃO ter interesse em registrar o seu negócio/empreendimento? [ÚNICA E ESPONTÂNEA]

1. ☐ Por causa dos impostos que são muito altos
2. ☐ É apenas um trabalho temporário
3. ☐ Não quer pagar impostos para o governo
4. ☐ Não acha que seria vantajoso para o seu negócio/não me beneficiaria
5. ☐ Os seus serviços/produtos ficariam mais caros
6. ☐ Teria que contratar contador/outros profissionais
7. ☐ Nunca tive informações a respeito
8. ☐ Outra razão _____

98. ☐ NA 99. ☐ NR

19.3. Possui cartão do Micro Empreendedor Individual (MEI) ou paga INSS?

1. ☐ Não possui MEI nem paga INSS
2. ☐ Possui cartão do ME I
3. ☐ Paga INSS
4. ☐ Possuiu MEI e paga INSS

99. ☐ NR 98. ☐ NA

20. Qual o principal motivo para a criação/participação no negócio/empreendimento? [ESPONTÂNEA E ÚNICA]

1. ☐ Estava desempregado/falta de oportunidade no mercado de trabalho
2. ☐ Queria trabalhar por conta própria
3. ☐ Herdou o negócio do pai/avo/familiares
4. ☐ Foi convidado por um familiar/amigo/parente
5. ☐ Queria aumentar a renda pessoal/familiar
6. ☐ Outro _____

99. ☐ NR

21. Onde costuma comprar as matérias-primas, produtos, mercadorias que necessita para poder trabalhar com seu negócio/empreendimento? [ESPONTÂNEA E ÚNICA]

[Pode ser a matéria-prima que usa na fabricação de produtos para vender ou de produtos/mercadorias, equipamentos ou ferramentas que precisa comprar para trabalhar]

1. ☐ Apenas na comunidade
2. ☐ Fora da comunidade, mas na cidade do Rio
3. ☐ Fora da comunidade e fora da cidade do Rio (em municípios ou estados)
4. ☐ Na comunidade e na cidade do Rio
5. ☐ Na comunidade, na cidade do Rio e em outras cidades/estados
6. ☐ Na comunidade e em outros municípios e estados (exceto na cidade do Rio)

99. ☐ NR

22. Como é adquirida a matéria-prima/produtos? [ESTIMULADA E MÚLTIPLA]

	SIM	NÃO	NR	NA
22.1 Compra individualmente	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
22.3 Troca	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
22.4 Coleta	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
22.2 Compra coletivamente [pular para 24]	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
22.5 Outra _____		2. ☐	99. ☐	98. ☐

23. Tem interesse em participar de grupos de compra coletiva de matérias-primas, produtos, mercadorias ou equipamentos para seu negócio/empreendimento? [Se a resposta for positiva] Muito ou pouco interesse?

1. ☐ Sim, tem muito interesse
2. ☐ Sim, mas pouco interesse
3. ☐ Não tem interesse
99. ☐ NR
98. ☐ NA

24. Os seus produtos são vendidos, trocados ou para auto-consumo? [ÚNICA]

1. ☐ São vendidos
2. ☐ São trocados
3. ☐ São vendidos e trocados
4. ☐ São vendidos e para auto-consumo
5. ☐ São trocados e para auto-consumo
6. ☐ São vendidos, trocados e para auto-consumo
7. ☐ São destinados ao auto-consumo dos participantes (pule para P28)
99. ☐ NR

25. Como é feita a comercialização dos produtos e/ou serviços do negócio/empreendimento? [ESTIMULADA E MÚLTIPLA]

	SIM	NÃO	NR	NA
25.1 Venda direta ao consumidor	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
25.2 Venda a revendedores/atacadistas/empresas em geral	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
25.3 Venda a órgãos públicos/governo	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
25.4 Venda a empreendimentos de Economia Solidária	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
25.5 Consignação	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
25.6 Troca com consumidores individuais	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
25.7 Troca com outros negócios/empreendimentos	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
25.8 Outra _____		2. ☐	99. ☐	98. ☐

[OBSERVE AS RESPOSTAS DA P25 PARA FAZER AS PERGUNTAS 26.1 26.2]

26.1. [Apenas para quem respondeu "SIM" nas opções P25.2, 25.2, 25.3 e 25.4] Qual o principal lugar para onde costuma vender seus produtos/serviços? [ÚNICA]

1. ☐ Apenas na comunidade
2. ☐ Fora da comunidade, mas na cidade do Rio
3. ☐ Fora da comunidade e fora da cidade do Rio (em municípios ou estados)
4. ☐ Na comunidade e na cidade do Rio
5. ☐ Na comunidade, na cidade do Rio e em outras cidades/estados
6. ☐ Na comunidade e em outros municípios e estados (exceto na cidade do Rio)
99. ☐ NR 98. ☐ NA

26.2 [Apenas para quem respondeu "Não" nas opções P25.6 e P25.7] Se não realiza troca ou permuta , teria interesse em fazê-lo? [Se a resposta for sim] Muito ou pouco?

1. ☐ Sim, tem muito interesse
2. ☐ Sim, mas pouco interesse
3. ☐ Não tem interesse
99. ☐ NR
98. ☐ NA

27. Quais os três principais locais onde você comercializa seus produtos e/ou serviços: [ATÉ 3 OPÇÕES]

	SIM	NÃO	NR	NA
27.1 Lojas/espaços de terceiros	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
27.2 Lojas/espaços próprios (exclusivo)	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
27.3 Comércio comunitário local	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
27.4 Espaços de venda coletivos (centrais de comercialização, CEASA etc)	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
27.5 Entrega direta a clientes	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
27.6 Feiras livres frequentes	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
27.7 Feiras e exposições eventuais /especiais	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
27.8 Ambulante	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
27.9 Outros _____		2. ☐	99. ☐	98. ☐

28. Qual a principal dificuldade do seu empreendimento? [ESPONTÂNEA e ÚNICA]

1. ☐ Dificuldades para obter da matéria-prima/produtos que compra para revender/insumos (preço, acesso, etc)
2. ☐ Custo de manutenção do empreendimento (maquinário, custos fixos, aluguel, etc)
3. ☐ Falta de espaço adequado
4. ☐ Informalidade
5. ☐ Divulgação
6. ☐ Inadimplência (vende fiado ou compradores/consumidores não pagam)
7. ☐ Venda localizada na comunidade/não consegue expandir o negócio/empreendimento
8. ☐ Falta de infra-estrutura na própria comunidade (água/luz/saneamento)
9. ☐ Baixo poder aquisitivo dos consumidores/compradores
10. ☐ Concorrência
11. ☐ Falta de pessoal qualificado na comunidade
12. ☐ Falta de pessoal qualificado em geral (não consegue contratar nem na comunidade nem for a)
13. ☐ Falta de segurança
14. ☐ Localização do negócio/empreendimento
15. ☐ Falta de qualificação/formação pessoal para gerir o negócio/empreendimento
16. ☐ Acesso ao crédito
17. ☐ Outro _____
99. ☐ NR

29. Você faz divulgação de seus produtos/serviços em: [ESTIMULADA E MÚLTIPLA]?

	SIM	NÃO	NR	NA
29.1 Cartazes, catálogos, folders e panfletos	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
29.2 Jornais e revistas	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
29.3 Rádios comerciais e educativas	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
29.4 Rádios comunitárias	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
29.5 Feiras e exposições eventuais	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
29.6 Divulgação "boca a boca"	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
29.7 Carro de som	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
29.8 Internet	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
29.9 Outra _____		2. ☐	99. ☐	98. ☐

INVESTIMENTOS, ACESSO A CRÉDITO E APOIOS

30. De onde vieram os recursos financeiros para iniciar o negócio/empreendimento? [ESTIMULADA E MÚLTIPLA]

1. ☐ Do entrevistado/dono/sócios (outros salários/herança/indenização)
2. ☐ Empréstimo(s) e/ou financiamento(s)
3. ☐ Próprio e empréstimo
99. ☐ NR

31. Vou citar algumas formas de apoio que as pessoas recebem quando abrem seus negócios/empreendimento e gostaria de saber se você recebeu alguma. Você recebeu apoio para: [ESTIMULADA E MÚLTIPLA]

	SIM	NÃO	NR	NA
31.1 Assistência técnica (manutenção de equipamentos)	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
31.2 Qualificação profissional	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
31.3 Formação sócio-política (autogestão, cooperativismo, economia solidária)	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
31.4 Diagnóstico planejamento e análise de viabilidade econômica/ Qualificação gerencial, administrativa e contábil (cálculo de custo, formação de preço etc.)	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
31.5 Assessoria em marketing e na comercialização de produtos e serviços	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
31.6 Assessoria na constituição, formalização ou registro	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
31.7 Assessoria para desenvolver a qualidade do produto	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
31.8 Outra:		2. ☐	99. ☐	98. ☐

[Se não tiver recebido nenhum apoio, pular para P32] [Não considerar como apoio cursos financiados pela empresa onde o entrevistado trabalhava]

31.A. [Apenas se tive recebido algum tipo de apoio] Você pagou por esses apoios?

1. ☐ Paguei por todos [pule para P32]
2. ☐ Paguei por alguns, outros foram gratuitos
3. ☐ Não paguei por nenhum
98. ☐ NA 99. ☐ NR

31.B. [Apenas se tive recebido algum tipo de apoio] Quem forneceu esse apoio ao empreendimento? [ESTIMULADA E MÚLTIPLA]

	SIM	NÃO	NR	NA
31B.1 ONGs, OSCIPs, Igrejas, Associações e Conselhos Comunitários etc	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
31B.2 Órgãos governamentais/ CRAS (Centro de Referência da Assistência Social)	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
31B.3 Universidades, incubadoras (autogestão, cooperativismo, economia solidária)	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
31B.4 Sistema "S" (SEBRAE, SESCOOP, SESI, SESC, SENAC, SENAT)	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
31B.5 Cooperativas de técnicos(as)	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
31B.6 Movimento sindical (Central, Sindicato, Federação)	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
31B.7 Outra _____		2. ☐	99. ☐	98. ☐

32. Hoje você avalia que o negocio precisa de apoio técnico?

1. ☐ Sim 98. ☐ Não [passe para a P33] 99. ☐ NR [passe para a P33]

32.1. Qual o tipo de apoio técnico o empreendimento necessita: [ESPONTÂNEA E MÚLTIPLA]

	SIM	NÃO	NR	NA
32.1 Assistência técnica (manutenção de equipamentos)	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
32.2 Qualificação profissional	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
32.3 Formação sócio-política (autogestão, cooperativismo, economia solidária)	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
32.4 Assessoria em marketing e na comercialização de produtos e serviços	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
32.5 Qualificação gerencial, administrativa e contábil (cálculo de custo, formação de preço etc.) (Diagnóstico, planejamento e análise de viabilidade econômica)	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
32.6 Assessoria na constituição, formalização ou registro	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
32.7 Assessoria para desenvolver a qualidade do produto	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
32.8 Outra _____		2. ☐	99. ☐	98. ☐

33. Qual a principal mudança que você deseja ver em seu negócio/empreendimento nos próximos três anos. [ESPONTANEA E ÚNICA]

1. ☐ Ampliar o espaço ou estrutura física de produção e/ou venda de produtos e serviços
2. ☐ Adquirir um espaço ou estrutura física para produção e/ou venda de produtos e serviços
3. ☐ Renovar/comprar novos maquinários/veículos/equipamentos
4. ☐ Estar legalizado
5. ☐ Ampliar as redes de venda/comercialização
6. ☐ Ter mais acesso ao crédito
7. ☐ Estar mais integrada/prestando serviços para a comunidade
8. ☐ Outra _____
99. ☐ NR

DIMENSÃO SOCIOPOLÍTICA

34. O negócio/empreendimento faz parte de alguma rede ou fórum de articulação na comunidade?

1. ☐ Sim 98. ☐ Não [passe para a P35] 99. ☐ NR [passe para a questão P35]

34.1. Quem representa o negócio/ empreendimento nessas redes/fóruns?

1. ☐ O proprietário/dono
2. ☐ Outro [cargo/função da pessoa] _____
98. ☐ NA
99. ☐ NR

34.2. Especifique de que tipo de rede ou fórum de articulação o empreendimento participa: [ESTIMULADA E MÚLTIPLA]

	SIM	NÃO	NR	NA
34.2.1 Redes de produção/comercialização	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
34.2.2 Fórum ou rede de economia solidária	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
34.2.3 Centrais de comercialização	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
34.2.4 Movimento social / popular / sindical	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
34.2.5 Conselhos de gestão e fóruns de participação em políticas (DLIS, desenvolvimento rural etc.)	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
34.2.6 ONGs, Igrejas, Pastorais, Fundações, CRAS, OSCIPs etc	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
34.2.7 Outra _____		2. ☐	99. ☐	98. ☐

35. O seu negócio/ empreendimento apoia, participa ou desenvolve alguma atividade que contribua para o desenvolvimento da sua comunidade?

[A atividade deve necessariamente envolver o empreendimento]

1. ☐ Sim
2. ☐ Não [passe para a questão P36]
99. ☐ NR [passe para a questão P36]

35.1. Que atividades seu empreendimento apóia, participa ou desenvolve? [explorar a resposta do entrevistado]

_____

_____ 98. ☐ NA 99. ☐ NR

36. Que tipo de resíduo/lixo/sobras de materiais o negócio/empreendimento gera? [ESPONTÂNEA E MÚLTIPLA]
[Marcar de acordo com a resposta do entrevistado]

	SIM	NÃO	NR
36.1 Latas de alumínio	1. ☐	2. ☐	99. ☐
36.2 Vidros	1. ☐	2. ☐	99. ☐
36.3 Outros metais	1. ☐	2. ☐	99. ☐
36.4 Plásticos	1. ☐	2. ☐	99. ☐
36.5 Óleo de cozinha	1. ☐	2. ☐	99. ☐
36.6 Papel	1. ☐	2. ☐	99. ☐
36.7 Orgânicos (resto de comida/bebida, etc)	1. ☐	2. ☐	99. ☐
36.8 Outro _____		2. ☐	99. ☐

37. O que você faz com o lixo gerado no seu negócio/empreendimento? [ESPONTÂNEA E MÚLTIPLA]

	SIM	NÃO	NR
37.1 Os recicláveis são doados a algum trabalhador/ organização	1. ☐	2. ☐	99. ☐
37.2 Os recicláveis são reaproveitados no próprio empreendimento	1. ☐	2. ☐	99. ☐
37.3 Os recicláveis são vendidos	1. ☐	2. ☐	99. ☐
37.4 Os resíduos são coletados normalmente pela prefeitura/gari comunitário/caçamba	1. ☐	2. ☐	99. ☐
37.5 Queima ou incineração	1. ☐	2. ☐	99. ☐
37.6 jogados em terreno baldio/rios	1. ☐	2. ☐	99. ☐
37.7 Outro _____		2. ☐	99. ☐

AGORA NÓS VAMOS FALAR UM POUCO SOBRE VOCÊ E NÃO SOBRE O SEU NEGÓCIO/EMPREENDIMENTO

38. Você participa de algum grupo ou organização social na sua comunidade? [ESTIMULADA E MÚLTIPLA]

	SIM	NÃO	NR
38.1 Igreja/Grupo Religioso	1. ☐	2. ☐	99. ☐
38.2 Associações	1. ☐	2. ☐	99. ☐
38.3 Grupos Culturais/Esportivos [não é uma ONG]	1. ☐	2. ☐	99. ☐
38.4 Instituições Beneficentes	1. ☐	2. ☐	99. ☐
38.5 ONG	1. ☐	2. ☐	99. ☐
38.6 Movimentos sociais	1. ☐	2. ☐	99. ☐
38.7 Outro _____		2. ☐	99. ☐

39. Você pessoalmente participa ou desenvolve alguma atividade que contribua para o desenvolvimento da sua comunidade? [INDEPEDENTE DO EMPREENDIMENTO]

1. ☐ Sim 2. ☐ Não [pule para 39.2] 99. ☐ NR [pule para P40]

39.1. De que forma você contribui com a sua comunidade? 99. ☐ NR 98. ☐ NA [pule para P40]

_____

_____ [pule para P40]

39.2. Você gostaria de desenvolver alguma atividade que colaborasse para o desenvolvimento da sua comunidade?

1. ☐ Sim 2. ☐ Não [pule para 39.2.2] 98. ☐ NA 99. ☐ NR [pule para P40]

39.2.1. De que forma acredita que poderia colaborar para o desenvolvimento da sua comunidade?

99. ☐ NR 98. ☐ NA

_____

_____ [pule para P40]

39.2.2. Por quê não gostaria de colaborar com a sua comunidade? 99. ☐ NR 98. ☐ NA

_____

_____

_____

40. Em sua opinião, na sua comunidade as pessoas colaboram umas com as outras? [ESPONTÂNEA E ÚNICA]
[SE O ENTREVISTADO DISSER APENAS QUE A COMUNIDADE COLABORA, PERGUNTAR SE COLABORAM MAIS POR INTERESSE PESSOAL OU POR OBJETIVOS COMUNS]

1. ☐ São colaborativas umas com as outras por causa dos objetivos comuns
2. ☐ São colaborativas umas com as outras mas somente por interesses pessoais
3. ☐ As pessoas não são colaborativas [pule para P41]

99. ☐ NR

40.1 De que forma as pessoas colaboram umas com as outras? 98. ☐ NA 99. ☐ NR

_____

_____

41. Você sabe o que é Economia Solidária? [ESPONTÂNEA E ÚNICA]

1. ☐ Sei e já pratico 2. ☐ Sei, mas não pratico 3. ☐ Não tenho conhecimento 99. ☐ NR

Se o entrevistado não souber o que é Economia Solidária, explicar em linhas gerais o que é antes da próxima pergunta]

41.1. Você teria interesse em participar de iniciativas de Economia Solidária?

1. ☐ Muito interesse 2. ☐ Algum interesse
3. ☐ Nenhum interesse [pule para 41.2] 99. ☐ NR [pule para 42]

41A. De que forma gostaria de participar/participa de iniciativas de Economia Solidária? [ESTIMULADA E MÚLTIPLA]

	SIM	NÃO	NR	NA
41A.1 Feiras/festivais de troca	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
41A.2 Feiras/festivais de comercialização	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
41A.3 Formar fundo (recursos financeiros) para bancos comunitários	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
41A.4 Utilizar crédito solidário (de bancos comunitários/créditos rotativos)	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
41A.5 Compras coletivas	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
41A.6 Integrar associações/ cooperativas	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐
41A.7 Utilizar moeda social (moeda local/dinheiro da própria comunidade)	1. ☐	2. ☐	99. ☐	98. ☐

41.2. Qual a principal razão pela qual não gostaria de participar de uma iniciativa de economia solidária? [ESPONTÂNEA E ÚNICA]

1. ☐ Acha que não traria vantagens para o negócio/empreendimento
2. ☐ Poderia ter prejuízos financeiros
3. ☐ Poderia perder clientes
4. ☐ Não vê como o seu negócio/empreendimento se adaptaria a esta iniciativa
5. ☐ Não tem informação sobre o assunto
6. ☐ Outra _____

98. ☐ NA 99. ☐ NR

42. Quanto você ganha com o seu empreendimento/negócio por mês? [Renda que o entrevistado obtem o seu empreendimento, excluindo outras fontes de renda]

1. ☐ Até meio salário mensal (até R$ 272,50)
2. ☐ Entre meio e 1 salário mínimo (Entre R$ 272,51 e R$ 545,00)
3. ☐ Entre 1 a 3 salários mínimos (entre R$ 545,01 e R$ 1.635,00)
4. ☐ Entre 3 a 5 salários mínimos (R$ 1.635,01 e R$ 2.725,00)
5. ☐ Mais de 5 salários mínimos (Acima de R$ 2.725,00)

98. ☐ NA 99. ☐ NR

43. Gostaria de acrescentar alguma coisa à entrevista?

_____

_____

_____

_____

_____

_____

[Este espaço é para resposta dos próprios entrevistados.
Os entrevistadores deverão fazer comentários nos espaços abaixo]

44. Nome do revisor (pesquisador ou assistente) _____

45. Nome do digitador _____

CONTROLE DO FORMULÁRIO

Território pesquisado: ☐ 1. CDD ☐ 2. C. Alemão ☐ 3. Manguinhos ☐ 4. Santa Marta

Agente de pesq.: _____

Data da entrevista: ___/___/2011 Nº quest.: _____

Preencher o mesmo número que está no formulário

Nome do(a) entrevistado(a): _____

Endereço: _____

Nº _____ Complemento: _____ Bairro: _____

Referência _____ CEP: _____ Município: Rio de Janeiro UF: RJ

Telefone: _____

E-mail: _____ ☐ Não tem email

Colocar o endereço do local e não de ruas principais, ruas próximas ou ainda de ruas onde chegam cartas para serem distribuídas pelo correio comunitário. Quando não souberem o CEP, inserir o CEP geral da Comunidade. Se houve mudança do endereço do empreendimento, considerar o local atual. Colocar apenas um endereço, perguntar qual é o endereço mais conhecido. Pode colocar a referência.

OBSERVAÇÕES DO ENTREVISTADOR

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

APÊNDICE III | SISTEMA DE PESOS E PONTUAÇÕES DOS INDICADORES DE COOPERATIVIDADE

QUESTÃO	TIPO DE COOPERATIVIDADE	PESO	PONTUAÇÃO
P11	Cooperatividade interna real	3	10 pontos (apenas para as respostas 3 ou 4).
P14.3	Cooperatividade interna real	3	10 pontos (apenas para a resposta 1).
www	Cooperatividade interna real	2	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P17.1	Cooperatividade interna real	3	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P17.2	Cooperatividade interna real	3	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P17.3	Cooperatividade interna real	3	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P18	Cooperatividade interna real	2	10 pontos (apenas para as respostas 2 ou 3).
P31.3	Cooperatividade interna real	1	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P41	Cooperatividade interna real	3	10 pontos (apenas para a resposta 1). 5 pontos (apenas para a resposta 2).
P32.3	Cooperatividade interna potencial	2	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P41.1	Cooperatividade interna potencial	2	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P21	Cooperatividade externa real	1	10 pontos (apenas para a resposta 1). 5 pontos (apenas para as respostas 4, 5 ou 6).
P22.2	Cooperatividade externa real	2	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P22.3	Cooperatividade externa real	1	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P22.4	Cooperatividade externa real	1	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P24	Cooperatividade externa real	1	10 pontos (apenas para as respostas 2, 3, 5 ou 6).
P25.4	Cooperatividade externa real	3	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P26.1	Cooperatividade externa real	1	10 pontos (apenas para a resposta 1). 5 pontos (apenas para as respostas 4, 5 ou 6).
P27.3	Cooperatividade externa real	1	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P27.4	Cooperatividade externa real	2	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P27.6	Cooperatividade externa real	2	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P27.7	Cooperatividade externa real	2	10 pontos (apenas para a resposta 1).

QUESTÃO	TIPO DE COOPERATIVIDADE	PESO	PONTUAÇÃO
P34.2.1	Cooperatividade externa real	2	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P34.2.2	Cooperatividade externa real	3	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P34.2.4	Cooperatividade externa real	2	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P34.2.5	Cooperatividade externa real	2	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P35	Cooperatividade externa real	2	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P37.1	Cooperatividade externa real	2	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P37.2	Cooperatividade externa real	2	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P37.3	Cooperatividade externa real	1	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P37.4	Cooperatividade externa real	1	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P23	Cooperatividade externa potencial	2	10 pontos (apenas para a resposta 1). 5 pontos (apenas para a resposta 2).
P26.2	Cooperatividade externa potencial	2	10 pontos (apenas para a resposta 1). 5 pontos (apenas para a resposta 2).
P33	Cooperatividade externa potencial	1	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P38.6	Cooperatividade externa potencial	2	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P39	Cooperatividade externa potencial	1	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P39.2	Cooperatividade externa potencial	1	10 pontos (apenas para a resposta 1).
P40	Cooperatividade externa potencial	3	10 pontos (apenas para a resposta 1). 5 pontos (apenas para a resposta 2).

ISBN 978-85-89669-60-3
9 788569 669603