

OS EMPRESÁRIOS DA ROCINHA

Marcelo Neri
mcneri@fgv.br

Sumário Executivo:

Objetivo

Este trabalho visa subsidiar a aplicação de políticas de reforço de ativos dos pobres. Visamos, mais especificamente, analisar o desenho e a aplicação de políticas de micro-crédito produtivo popular no Rio de Janeiro. Utilizamos como base de dados a pesquisa sobre atitudes e recursos empresariais realizada na favela da Rocinha do Rio de Janeiro em 1997.

Avaliação da importância relativa do Crédito

- Quanto à origem dos principais recursos utilizados pelos microempresários para começar seus negócios, a poupança própria destaca-se como a principal forma de financiamento (47,25%) e que os recursos do FGTS e da rescisão de contratos também são importantes para o surgimento das microempresas correspondendo a 12,78% dos tipos de recursos iniciais utilizados. Notamos ainda os empréstimos de parentes e outras pessoas auxiliarem a abertura dos negócios (7,1%), os bancos representam somente 0,2% do capital inicial utilizado pelas microempresas pobres da Rocinha.
- Nesse sentido, o nascimento das pequenas empresas está mais relacionado à formação de poupança prévia e não à captação de recursos de terceiros. Entretanto, estes dados não nos permitem por si só identificar se a falta de utilização de recursos externos decorre de uma demanda por crédito não satisfeita ou de uma falta de demanda por crédito. Por outro lado, dificuldades de financiamento foram apresentadas em outro quesito por um terço dos 48.8% dos empresários que relataram ter enfrentado algum tipo de dificuldade na abertura do negócio. Neste aspecto, a falta de *seed-money* se apresenta como a restrição mais efetiva percebida no processo de abertura dos pequenos negócios pelos empresários já estabelecidos.
- Quanto ao apoio necessário à expansão do negócio, apesar de 34,55% dos microempresários que responderam a questão sobre o tipo de apoio necessário

para expandir o negócio afirmar não precisar de nenhum apoio, o problema do crédito aparece como fundamental para 17.1% dos responderam a questão. Além do capital financeiro, o capital físico permanente também destaca-se como apoio necessário à expansão das microempresas, visto que 9,2% dos microempresários considera essencial a compra de equipamentos e materiais ou a obtenção de um local melhor ou maior local de trabalho.

- Vale ressaltar que do mesmo modo como no nascimento das microempresas, o papel do crédito também é mais fundamental do que os aspectos mercadológicos (pouca clientela) para a expansão dos negócios, pois enquanto o aumento da clientela/serviços/mercadorias representa apenas 2,95% do auxílio necessário dos microempresários que responderam a questão sobre o tipo de apoio necessário para expandir o negócio , o crédito corresponde a 17,1% deste universo.

Condições de crédito requeridas

- valor do crédito utilizado na época da pesquisa era relativamente baixo em relação às pretensões locais: enquanto 17.32% dos microempresários utilizam crédito de até 4000 reais, 37,18% das microempresas gostariam de receber mais de 4000 reais de crédito. Nas faixas de crédito mais baixas observamos valores observados superiores aos desejados o que talvez reflita, em termos agregados, uma demanda reprimida por crédito de valores relativamente mais altos do que os oferecidos.
- Quanto ao prazo em meses para a quitação do crédito desejado, nota-se que a maioria das microempresas desejava prazos relativamente curtos, pois enquanto 53,85% dos microempresários prefere pagá-lo em até 6 meses, outros 30% desejariam o prazo de 6 a 12 meses para a quitação da dívida.
- Quanto à taxa de juros mensal máxima cobrada, se por um lado, 56,78% das microempresas desejariam que a mesma estivesse na faixa máxima entre 2% a 5% ao mês, por outro lado, apenas 36,44% pertenciam à faixa de até 2% ao mês.

Perfil dos Micro-empresários

Entre os atributos pessoais predominantes entre os micro-empresários da Rocinha observamos que 54.1% são homens; 70.23% encontram-se na faixa de idade de 26 a 50 anos; 66.87% pertencem à faixa de renda familiar até 1.000 reais; e por último e mais importante, 78.37% possuem apenas até o primeiro grau completo.

A presença feminina entre os micro-empresários da Rocinha de 45.9% apesar de minoritária surpreende pois se encontra em níveis superiores a observada entre os ocupados da região metropolitana do Rio de Janeiro (39.14%). Por outro lado, a participação dos indivíduos em *prime-age* é bastante similar às encontradas para os conta-próprias e pequenos empregadores cariocas, segundo a PNAD/96.

O analfabetismo incide sobre 11,81% dos microempresários da Rocinha sendo 66,56% da população alfabetizada mas com até o 1^o grau completo. De acordo com a última PNAD disponível, em 1996 existia entre os conta-próprias cariocas 6,34% de analfabetos e 51.53% de alfabetizados com até o 1^o grau completo. Estas mesmas estatísticas caem, respectivamente, para 2.41% e 49.17% entre empregadores cariocas com até cinco empregados.

O aspecto sócio-demográfico que deve ser enfatizado em termos de política de concessão de crédito é a baixa escolaridade formal dos microempresários da Rocinha, o que pode comprometer de sobremaneira as taxas de retorno e de sobrevivência dos pequenos negócios a serem financiados. Ao mesmo tempo esta carência de capital humano básico, pode inviabilizar a aplicação de programas de capacitação profissional específicos. Neste aspecto, a principal política pública para garantir o retorno de atividades empresariais talvez seja a implantação de sistemas de recuperação de escolaridade básica. Na falta de uma política de reforço da escolaridade básica talvez a melhor forma de elevar o retorno dos empréstimos concedidos é a seleção de uma amostra de tomadores de empréstimos mais educados. Neste ponto cabe ressaltar que o nível de escolaridade formal é um atributo potencialmente observável pelos ofertantes de crédito. Por outro lado, a seleção de uma amostra de indivíduos mais bem educados pode comprometer sobremaneira a capacidade aliviadora de pobreza do programa de micro-crédito produtivo popular. Na verdade, o conflito acerca do público tomador de empréstimos entre aqueles que *precisam mais do crédito* versus

aqueles que *possuem maior capacidade de repagar o empréstimo* constitui o principal dilema de política de crédito popular.

Alguns aspectos a serem considerados no desenho de contratos de Crédito

O programas de crédito produtivo popular deve ser suficientemente flexíveis nas suas regras afim de incorporar instituições informais típicas de uma ambiente como a Rocinha no seu sistema de *credit scoring*, por exemplo:

- (i) 82.68% dos micro-empresários da Rocinha declaram morar em imóvel próprio. Entretanto, os respectivos direitos legais de propriedade provavelmente não estão formalmente estabelecidos de forma a impedir o uso destes imóveis como colateral de empréstimos. Neste aspecto uma ação pública de regularização de títulos de propriedade pode ser extremamente útil como pré-condição do programa de crédito.
- (ii) uso das relações familiares como parte da dotação do capital social pode ser relevante na aplicação das políticas de micro-crédito. 65.4% dos micro-empresários da Rocinha são casados ou possuem uma união livre; 80.1% têm filhos; 38,42% recebem auxílio familiar por intermédio do trabalho dos membros da família principalmente o cônjuge (20%) e seus filhos (16,20%)¹. Em termos práticos, sistemas de comprovação de renda, a classificação de ativos aceitos como colateral e a avaliação da capacidade de auto-sustentação do negócio deve considerar a família e não o micro-empresário como unidade básica de análise. O uso da célula básica do tecido social, a família, como insumo na avaliação da concessão de crédito é vantajosa não só do ponto de vista de aferição da capacidade de pagamento dos empréstimos mas por também constituir a unidade básica de aferição do nível de bem estar social e de pobreza.

¹ 76,82% das microempresas da Rocinha não contam com a ajuda de mais nenhum funcionário em seus empreendimentos, além de seus próprios familiares. Apenas 5.1% das microempresas possui três ou mais funcionários.

- (iii) a maior parte do crédito utilizado pelos microempresários da Rocinha foi obtido basicamente com amigos (52,53%). A maior parte dos microempresários gostaria de obter crédito com o intuito de ampliar seu negócio (43,88%), de abrir outro negócio (25,53%), de comprar equipamentos/máquinas (15,43%) ou material para vender (9,31%). Vale ressaltar que os maiores obstáculos para a obtenção de crédito são a comprovação de renda (10,14%) e a documentação/ legalização (10,14%), o que talvez justifique a alta concessão de crédito informal por amigos. Este tipo de relação informal deve ser levada em conta no desenho dos contratos de crédito. Em particular, o uso da rede de conhecimentos locais como avalistas de crédito.
- (iv) a legalização não é percebida como essencial pelos empresários, visto que representa apenas 1,55% do apoio percebido como necessário para a expansão das microempresas. Neste aspecto, a questão específica sobre legalização dos negócios revela que somente 49,38% das microempresas da Rocinha gostariam de ser legalizadas, e apenas 16,62% possuem o CGC. Desta forma, a concessão de crédito mediante à exigência de legalização provavelmente encontraria provavelmente uma grande resistência entre os empresários pobres da Rocinha².
- (i) informações sobre a intermitência e a sazonalidade dos negócios podem ser úteis na formulação do fluxo de pagamento dos contratos de crédito compatíveis: 94,71% das atividades microempresariais da Rocinha se ocupam durante os 12 meses por ano, em termos de sazonalidade 45,5% consideram sub-períodos do verão carioca representados por itens como mês de dezembro, o fim de ano, o ano novo e o verão, os melhores períodos do ano para o desempenho de suas atividades.

² Dentre os principais motivos para a não legalização, destacam-se não só as altas taxas e impostos (22,37%) e a falta de oportunidade e de tempo (22,37%), mas também a falta de informação (10,8%) e de estrutura (10,8%).

- (ii) Cabe, em primeiro lugar, apontar que os empresários comprou a maior parte de seus produtos fora da Rocinha (70,96%), o que talvez indique a existência de um segmento um potencial para ser incentivado, os atacadistas. Em termos de varejo, 53% dos microempresários considera que em geral não estão faltando produtos ou negócios à comunidade o que talvez reflita numa baixa capacidade de expansão do mercado varejista local. As maiores carências percebidas em termos de negócios da comunidade são supermercados, farmácias 24horas e bancos (respectivamente, 7,17%, 3,33% e 3,13%). Ou seja, pode-se utilizar a percepção dos empresários como indicativa das atividades específicas que podem ser financiadas a crédito.

Outros aspectos das micro-empresas da Rocinha

História trabalhista pregressa

- As pequenas empresas, muitas vezes, se originam de projetos de indivíduos que a medida que acumulam ativos financeiros e capital humano, sob a forma de conhecimentos e experiências no mercado de trabalho, são paulatinamente levados, voluntária ou involuntariamente, a abrir mão do seu vínculo empregatício para montar o seu próprio negócio.
- desemprego foi o principal motivo para os microempresários da Rocinha começarem seu negócio (13,51%). Recursos do FGTS e da rescisão de contratos trabalhistas são importantes para o surgimento das microempresas correspondendo a 12,78% dos tipos principais de recursos iniciais utilizados.
- ao analisarmos a experiência trabalhista desses microempresários notamos que grande parte dos hoje microempresários, no passado foram empregados de outra área (39,8%) ou empregados da mesma área (23,3%).

- 12,4% dos microempresários da Rocinha já possuía um negócio antes e que 5,9% dos microempresários antes eram do lar, o que quantifica a importância relativa das donas de casa nas chamadas microempresas da Rocinha.

Perfil Ocupacional

- em termos de ocupação, 3,4% dos empresários da Rocinha são biscateiros ou dedicam-se à produção doméstica, 43,8% são micro ou pequeno proprietários, 14,63% são autônomos do tipo, chofer, caminhoneiro, pedreiro, corretor, técnico, professor particular.

Perfil Setorial

- 66,20% dos empresários da Rocinha dedica-se às vendas, apenas 40,4% exerce atividades no setor serviços. Como sub- atividades principais a venda de produtos alimentícios (21,93%), a posse de bar/birosca (18,94%) e a realização de serviços diversos (13,16%).

Faturamento serviços

- Entre as microempresas prestadoras de serviços, estes são freqüentemente prestados de casa em casa (35,25%) ou em casa (23,36%). Além disso, o público principal dessa atividade é constituído basicamente de conhecidos e vizinhos (58,32%). 57,96% destas empresas atendem em média apenas um ou zero clientes por dia. Quanto ao volume de faturamento: 87,14% apresentam faturamento mensal de até 1000 reais, sendo que de 28,69% fatura no máximo apenas 200 reais mensais.

Faturamento comércio

- as atividades de comércio desempenhadas pelos microempresários da Rocinha tem como principais produtos as bebidas (40,39%), os gêneros alimentícios e as roupas (conjuntamente 42,21%). Vale ressaltar que apenas 33,8% dos microempresários vende outros produtos além de seu produto principal. A maioria das microempresas da Rocinha que dedica-se às atividade de vendas não produz as mercadorias que vende (79,3%). As vendas do setor comércio são

majoritariamente feitas nas lojas, oficinas ou barracas (83,59%), O principal público da atividade de vendas é constituído de passantes, vizinhos e conhecidos (94,8%)

Faturamento serviços versus comércio

- geralmente, as microempresas que dedicam-se às vendas concedem crédito em suas atividades, uma vez que 48,82% delas vende fiado, outros 22,4% vendem por encomenda e que 25,53% vendem em prestações ou com cheques pré-datado. Superior a taxa geral de concessão de crédito de 29,3% observada no setor serviços. Quanto à receita mensal das vendas, pode-se dizer que embora relativamente baixas são superiores as observadas no setor serviços. Enquanto 26,17% das microempresas do setor comércio recebem por mês no máximo 200 reais, e que apenas 34,27% dos microempresários situem-se na faixa de rendimento de 200 a 1000 reais. Totalizando 60,44% com faturamento de até 1000 reais. Como vimos nas atividades de serviços, 87,14% faturam até 1000 reais por mês.

Compras

- Os microempresários da Rocinha compram a maior parte de seus produtos fora da Rocinha (70,96%), em fornecedores ou atacadistas (58,52%) ou em lojas e supermercados (40,88%). 40,30% dos gastos mensais com compras não superam 200 reais, ou concentram-se na faixa de gastos de 200 a 1000 reais (35,18%). Vale ressaltar ainda que os microempresários normalmente não recebem crédito para realizarem as compras necessárias para seus negócios, apesar de concederem crédito ao vender seus produtos. A forma de pagamento mais usada nas compras é o pagamento à vista (69,38%), pois os pagamentos com cheque pré-datado representam apenas 13,73% e os pagamentos com cartão ou em prestações correspondem a apenas 12,15%.

SEBRAE

- apesar da maioria das microempresas da Rocinha revelar conhecer o SEBRAE (74,60%), apenas 34,7% delas conhece os cursos do SEBRAE. Além disso, somente 4,96% das microempresários já participou de algum curso. No entanto, tais cursos são avaliados como muito bons ou bons pelos que conhecem.

- Entre os cursos de capacitação que mais interessam aos microempresários, observamos:
 - (i) administração/gerência (20,18%);
 - (ii) cabeleleiro/ estética (10,7%);
 - (iii) informática (10%);
 - (iv) culinária (8,56%);
 - (v) corte e costura (7,95%).
- os microempresários preferem cursos que tenham pouca duração, pois 52,73% deles prefere os cursos de até 3 horas de duração por semana, talvez de forma a não prejudicar o horário de trabalho. Os microempresários não estão dispostos a pagar muito por esses cursos, visto que 77.9% só aceita menos de 50 reais por estes cursos.

OS EMPRESÁRIOS DA ROCINHA SOB A ÓTICA DE POLÍTICAS DE MICRO-CRÉDITO PRODUTIVO POPULAR

I - Visão Geral

O principal objetivo deste trabalho é subsidiar a aplicação de políticas locais de incremento das atividades micro-empresariais. Enfatizamos a análise dos recursos e atitudes de pequenos empresários pobres, aonde o critério de pobreza é definido em termos espaciais. Em particular, empreendemos um estudo de caso dos micro-empresários da favela Rocinha. A Rocinha constitui a maior favela do Brasil. Mais forte do que a escassez nas favelas de recursos privados, sejam capital físico, humano ou social, é a escassez de serviços e políticas públicas. Neste sentido o universo aqui analisado constitui num laboratório privilegiado acerca dos constrangimentos e carências que devem ser combatidos através da ação pública e de suas possíveis interações com ações privadas.

Na escolha de um elenco de políticas incentivadoras das atividades empresariais, seja como políticas de alívio de pobreza, seja como políticas fomentadoras das atividades empresariais em geral, devemos avaliar a efetividade da restrição de escassez dos diversos tipos de recursos enfrentadas pelos microempresários. No presente estudo estamos mais especificamente interessados na aplicação de políticas de micro-crédito produtivo popular. A concessão de crédito às pequenas empresas pode se beneficiar de informações sistemáticas quanto à estrutura de ativos e passivos da mesma. A análise da estrutura real e financeira das empresas envolve uma série de tipos de ativos e recursos, a saber:

- Capital Financeiro (portfólio de ativos e passivos financeiros).
- Capital Humano (escolaridade formal, cursos técnicos e experiência profissional do dono do negócio).
- Capital Físico Permanente (máquinas, estoques, ferramentas, local de trabalho e etc)

- Capital de Giro (matéria-prima, estoque de produtos acabados, vendas e compras a prazo e etc)

- Capital Público (infra-estrutura (comunicação, transporte) e serviços públicos).

- Capital Social (relação familiar entre dono e empregados/sócios, grau de cooperativização e outras formas de associativismo)

- Trabalho (nível de capital humano formal e experiência profissional dos empregados)

No caso de políticas de crédito produtivo é fundamental identificar não só o potencial gerador de lucro do conjunto de ativos financiados como também o risco associado. Outro elemento fundamental para a determinação do potencial de crescimento das unidades é diferenciar a alocação de recursos para consumo e para investimento no interior das pequenas firmas/unidades familiares. Pois existe uma ligação estreita entre o lado pessoa física dos empresários pobres com o lado pessoa jurídica dos seus respectivos negócios. A sobreposição destas duas facetas implica que o entendimento da estrutura financeira das pequenas empresas deve levar em conta a estrutura o lado do(s) seu(s) dono(s) e de sua(s) família(s).

Apesar do interesse específico em políticas de micro-crédito, não podemos perder de vista a interação existente entre diversos tipos políticas fomentadoras das atividades microempresariais como determinantes do sucesso das políticas de crédito aplicadas. Quanto as políticas destinadas à superação das restrições efetivas impostas ao funcionamento das pequenas empresas, podemos citar:

- educação formal;
- capacitação profissional;
- assessoria mercadológica;
- incentivo ao cooperativismo;
- investimentos em infra-estrutura pública.
- fornecimento de crédito;

Em suma, visamos neste trabalho descrever o *status quo* e as estratégias dos empresários da Rocinha e de seus empreendimentos. Esta análise visa subsidiar a aplicação de políticas de reforço de ativos dos pobres. Focamos a nossa atenção em políticas de micro-crédito produtivo popular e nas suas possíveis interações com outros tipos de políticas micro-empresariais e com o portfólio de ativos e passivos das micro-empresas e de seus donos.

II - Plano do Trabalho

O trabalho está organizado da seguinte forma: na segunda seção, apresentamos a metodologia referente à base de dados central que será utilizada neste projeto: a pesquisa implementada em 1997 que procura traçar um perfil dos empresários da Rocinha e de seus empreendimentos (Rocinha/97).

Na quarta seção, traçamos um perfil das características sociais, demográficas e econômicas dos micro-empresários da Rocinha a partir dos dados da Rocinha/97. Em outras palavras, procuramos avaliar quem são os micro-empresários da Rocinha e quais são as principais dotações das micro-empresas em termos de recursos humanos aí incluindo não só os micro-empresários, como os familiares envolvidos nos negócios e os empregados. As principais características analisadas são: sexo, idade, posição na família, estado civil, escolaridade, setor de atividade e renda.

Na quinta seção analisamos as principais características das micro-empresas como tamanho (em número de empregados temporários e permanentes), local de trabalho (oficinas, domicílio e etc), tempo de funcionamento, volume e a composição das compras e das vendas (incluindo condições de financiamento), sazonalidades dos negócios e etc.

Na sexta seção, analisamos a partir de pesquisas específicas sobre pequenas empresas as principais motivações para a abertura de pequenos negócios (em particular, a história trabalhista pregressa dos pequenos empresários), quais foram os principais recursos e insumos utilizados pelas micro-empresas (em particular, as principais fontes de recursos

utilizadas no financiamento da abertura dos pequenos negócios) e quais são as principais restrições impostas ao funcionamento das micro-empresas que poderiam condicionar o seu desenvolvimento.

III – Descrição das Bases de Dados:

O momento é bastante apropriado para realizar estudos sobre o funcionamento de pequenas empresas cariocas: em primeiro lugar, a recente estabilização da economia brasileira trouxe como sub-produto um aumento substantivo da precisão das estimativas de valores monetários pesquisado destas empresas (e.g., faturamento, custos, salários). Em segundo lugar, o questionário da Pesquisa Nacional de Amostras a Domicílio (PNAD) teve passado a incluir questões sobre tamanho das empresas, permitindo trabalhar separadamente com as micro-empresas da amostra. Por último e mais importante, apesar de existir uma longa tradição na realização de pesquisas domiciliares no Brasil, só recentemente foram implantadas pesquisas representativas, que visam auferir as diferentes dimensões do funcionamento das pequenas empresas brasileiras. Estas pesquisas permitem correlacionar estas dimensões com diversas características socio-econômicas dos domicílios. Mais especificamente, quatro destas pesquisas foram implementadas no universo Carioca: a Pesquisa de Padrões de Vida (PPV), a pesquisa sobre pequenos negócios informais no Rio de Janeiro - Informal/94 do IBGE , uma pesquisa conjunta Sebrae/RJ -IBASE) e a pesquisa perfil dos empresários da Rocinha e de seus empreendimentos (Rocinha/97).

Além da principal base de dados deste trabalho a pesquisa Rocinha/97, propomos utilizar a PNAD/96, como ponto de comparação dos perfis dos da Rocinha. No apêndice apresentamos uma descrição das bases primárias de informação que podem ser usadas na avaliação das microempresas cariocas. Apresentamos abaixo uma breve descrição da PNAD abaixo e uma descrição mais detalhada sobre a Metodologia da Rocinha/97:

Pesquisas Nacional de Amostras de Domicílios – PNAD

Esta é uma pesquisa domiciliar anual realizada no terceiro trimestre que entrevista 100.000 domicílios todo ano. Ela é conduzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE desde 1967. Esta base de dados possui extensa informação das características pessoal e ocupacional dos indivíduos. A PNAD possui informações detalhadas sobre a posse de bens duráveis, e condições de moradia desde que ela foi iniciada. A PNAD passou por uma grande revisão entre 1990 e 1992 aumentando o tamanho do questionário de 60 para 130 perguntas. O novo questionário que é utilizado para 1992, 1993, 1995 e 1996 possui informações sobre o tamanho das empresas e a natureza de empregos anteriores o que nos permite analisar em detalhe a natureza dos atributos socio-demográficos dos indivíduos envolvidos em atividades micro-empresariais seja como dono ou sócio seja como empregado.

Pesquisa sobre o setor informal no Rio de Janeiro (Informal/RJ)

A pesquisa de Economia Informal Urbana do Rio de Janeiro visa captar o papel e a dimensão do setor informal na economia carioca. A pesquisa teve como referência o mês de outubro de 1994. Uma nova pesquisa do Setor Informal já foi a campo durante o ano de 1997, agora cobrindo o conjunto das nove regiões metropolitanas brasileiras, portanto, a análise da pesquisa carioca apresenta-se como um preparativo para a análise de dados no universo paulistano que estará disponível durante o ano de 1998.

Procura-se identificar os proprietários de negócios informais: trabalhadores por conta própria e empregadores com até 5 empregados em pelo menos uma situação de trabalho, nos domicílios em que moram, e através deles investigar as características de funcionamento das unidades produtivas.

A pesquisa é feita em duas etapas. Na primeira é feito um cadastro exaustivo dos domicílios situados nos setores selecionados para a amostra em que residam proprietários de unidades produtivas informais. Na segunda fase, as entrevistas são realizadas nos domicílios. Procura-se combinar, no corpo do questionário, perguntas referentes não apenas ao indivíduo, mas também à firma ou ao negócio que opera, reconhecendo a existência, na prática, de empresas individuais e familiares e rompendo, com isso, a rigidez, por que artificial, de barreiras entre pesquisas domiciliares e pesquisas de estabelecimentos. As dimensões de pessoa jurídica da pesquisa incluem elementos como receitas, perfil da clientela, estrutura de custos, lucratividade, decisões de investimento, inventário de ativos, acesso ao crédito (incluindo linhas oficiais), forma de utilização do crédito, assistência técnica recebida, cumprimento da legislação, sazonalidades operacionais, duração do negócio e etc.

Uma descrição detalhada da metodologia da pesquisa é encontrada no Apêndice ao final deste trabalho.

Pesquisa Perfil dos Microempresários da Rocinha (Rocinha/97)

Finalmente, detalhamos a metodologia da pesquisa central a ser utilizada neste estudo sobre os Micro-empresários da Rocinha (Rocinha/97).

Metodologia

O público-alvo desta pesquisa é constituído por microempresários da Rocinha, divididos em dois grupos: 1) pessoas que trabalham como microempresários na Rocinha e 2) moradores da Rocinha que trabalham como microempresários fora da Rocinha. Foram realizadas 600 entrevistas no período entre 21 de maio a 27 julho de 1997. Para realizar o trabalho de campo, contamos com uma equipe composta por um supervisor de campo e seis entrevistadores.

Inclui-se na categoria microempresários as pessoas donas de microempresas com até 20 empregados e pessoas que trabalham por conta própria. Exemplos: lojas, camelôs, produção caseira, pessoas que prestam algum tipo de serviço, vendem ou produzem algo.

As entrevistas só deveriam ser respondidas pelos donos do negócio. Caso não fosse possível contactá-lo, a entrevista poderia ser feita com o responsável pelo negócio, ou seja, aquelas pessoas que dirigem e/ou administram o negócio.

A pesquisa de campo consistiu na aplicação de questionários em uma amostra aleatória de 600 pessoas na Rocinha, estratificada em três áreas: alta, média e baixa. Esta classificação - alta, média e baixa - segue o critério do pessoal do escritório da Região Administrativa da Rocinha.

O desenho da amostra

Em cada área foram selecionados dois setores, a serem percorridos conforme a divisão setorial do IBGE. Isto gerou um total de dois setores da parte alta, dois setores da parte média e dois setores da parte baixa da Rocinha. Em cada setor foram realizadas 100 entrevistas. Assim, em cada área foram realizadas 200 entrevistas.

Foi estabelecido que em cada setor as entrevistas seriam realizadas em três quotas: comércio, camelôs, domiciliar. Consideramos *camelô* aquele que vende ou presta serviço em estrutura móvel ou faixa provisória, que não seja de alvenaria. Consideramos *comércio* aquele vende ou presta serviço em estrutura fixa (loja, galpão, etc.). Consideramos *domiciliar* a entrevista realizada no domiciliar da pessoa. É importante lembrar que esta classificação se refere ao tipo de abordagem em que é feita a entrevista. Pode-se encontrar em uma entrevista domiciliar, por exemplo, alguém que seja camelô ou seja dono de uma loja.

Em cada setor foram programadas 40 entrevistas no comércio, 20 entrevistas com camelôs, e 40 entrevistas domiciliares. Desta forma obteríamos 240 entrevistas no comércio, 240 entrevistas domiciliares e 120 entrevistas com camelôs.

A princípio foram definidos dois setores por área, entretanto não foi sempre possível encontrar os números de questionários pretendidos (dentro da quota). Então foram acrescentado alguns setores em cada área afim de atingir esse número. Na área baixa foram realizados 5 setores, na área média 4 setores e na área alta 5 setores.

O sorteio dos domicílios foi realizado por saltos sistemáticos. Ficou estipulado que o salto seria realizado de 4 em 4 domicílios. O entrevistador iniciou as entrevistas de cada setor a partir da indicação do ponto inicial - anotado na descrição de setor do IBGE - seguindo sempre no sentido horário, respeitando os saltos, até fechar o quarteirão.

O entrevistador procurava no domicílio selecionado alguma pessoa que se encaixasse no perfil da pesquisa. No caso do respondente que se encaixava no perfil mas estava ausente, o entrevistador fazia mais duas tentativas de abordagem. Não conseguindo, seguia-se procurando nos domicílios subseqüentes um morador que se encaixasse no perfil desejado para realizar a entrevista. O salto só ocorreu quando a entrevista foi realizada. Neste caso, saltava-se 4 domicílios e fazia-se a abordagem no quinto domicílio subseqüente.

Quanto aos domicílios vazios - aqueles em que não havia pessoas para fornecer informações sobre o perfil dos moradores - foram listados na ficha de arrolamento como vazios, e não houve retorno do entrevistador. Neste caso, o entrevistador continuava a listagem, até encontrar um domicílio em que tivesse algum morador que se encaixasse no perfil desejado.

No caso das entrevistas com comércio e camelôs, não houve saltos, todos os casos dentro do setor estabelecido foram realizados.

Taxa de não-resposta global e por estratos

Do total de domicílios selecionados para a realização das entrevistas, 2.4% destes domicílios se encontravam vazios, impossibilitando a abordagem.

Dos domicílios contactados em que havia pessoas com perfil selecionado para serem entrevistadas, 67.6% pessoas foram entrevistada, 27.7% dos respondentes estavam ausentes e 2.3% se recusaram a responder.

Dificuldades encontradas:

Entre as principais dificuldades encontradas podemos citar:

- 1 - O difícil acesso a diversas áreas da Rocinha, pois a Estrada da Gávea estava em obras relativas ao Projeto Pró-Sanear
- 2 - Quando estávamos trabalhando, em diversos momentos ouvimos tiros. Fomos informados que os traficantes estavam em guerra, atrasando assim, nosso trabalho em alguns dias.
- 3 - Quando começamos o trabalho de campo, observamos que quase não havia camelôs nas áreas alta e média. A concentração de camelôs acontece em dois pontos: na entrada da Rocinha e no largo do Boiadeiro (área baixa). Portanto, redefinimos a quota de entrevistas a serem realizadas com os camelôs.

A quota inicialmente proposta era composta por 40 entrevistas com camelôs na área baixa, 40 na área média e 40 na área alta - num total de 120 entrevistas. Porém, foram realizadas as entrevistas apenas na área baixa, com um total de 40 camelôs. Assim, foram redistribuídas as 80 entrevistas restantes nas áreas média e alta, respectivamente, da seguinte forma: 20 entrevista no comércio e 20 entrevistas domiciliares.

Foram anuladas 14 entrevistas, por não terem sido realizadas com a pessoa responsável pelo negócio. Além disso, não foram encontrados casos de fraudes ou erros graves. Os erros eventualmente ocorridos foram corrigidos e solucionados durante o campo.

Foram realizadas no total 606 entrevistas, distribuídas da seguinte forma:

Área do setor				
	Alta	Baixa	Média	TOTAL
Tipo de entrevista				
Comércio	101	84	100	285
Camelô		40		40
Domiciliar	101	79	101	281
TOTAL	202	203	201	

Avaliação final

Em termos estritos, uma amostra de 606 entrevistadores não é estatisticamente representativa da população total de Microempresários da Rocinha.

Porém, constitui uma amostra razoavelmente representativa, tanto para os diferentes tipos de abordagem quanto para as três áreas (alta, média e baixa).

IV- Perfil dos empresários e dos recursos humanos das microempresas da Rocinha

Nesta seção, buscamos traçar um perfil das principais características sociais, demográficas e econômicas dos microempresários da Rocinha e de seus empregados. Enfatizamos os seguintes cortes: sexo, idade, escolaridade, estado civil, ocupação e renda familiar.

Perfil dos microempresários da Rocinha

Segundo a tabela 1 abaixo, podemos verificar que os microempresários da Rocinha geralmente pertencem mais ao sexo masculino (existem 8,2% mais homens do que mulheres), são casados ou apresentam união livre (65.4%) e apresentam faixa etária de 26 a 50 anos, visto que 70,23% da população concentra-se nesta faixa de idade. Esta participação dos indivíduos em *prime-age* é bastante similar às encontradas segundo a PNAD/96. De acordo com esta última pesquisa, 69.31% dos conta próprias e 68.71% dos empregadores de empresas com até cinco empregados se situavam nesta faixa etária.

TABELA 1

DADOS GERAIS

		População (%)
Sexo	Masculino	54.10
	Feminino	45.90
Idade	15 Anos ou Menos	0.60
	16 a 20 Anos	4.71
	21 a 25 Anos	6.21
	26 a 30 Anos	12.22
	31 a 35 Anos	15.03
	36 a 40 Anos	18.24
	41 a 45 Anos	12.32
	46 a 50 Anos	12.42
	51 a 55 Anos	8.12
	56 a 60 Anos	4.61
	61 a 65 Anos	3.51
	66 a 70 Anos	1.10
	Mais de 70 Anos	0.90
Estado Civil	Solteiro	23.50
	Casado/União Livre	65.40
	Separado/Divorciado	7.80
	Viúvo	3.30

Fonte : Rocinha

De acordo com a tabela 2 abaixo, nota-se que entre os microempresários da Rocinha predomina a baixa escolaridade, pois o analfabetismo abrange 11,81% da população e 66,56% da população era alfabetizado mas possuía apenas o 1^o grau (completo ou incompleto). De acordo com a última PNAD disponível, em 1996 existia entre os conta-próprias cariocas 6,34% de analfabetos e 51.53% de alfabetizados com até o 1^o grau completo. Estas mesmas estatísticas sobem respectivamente para 2.41% e 49.17% entre empregadores com até cinco empregados.

O baixo nível de educação dos micro-empresários da Rocinha pode ser também captada pela baixa participação relativa daqueles com 2^o grau completo: 8.9% entre os microempresários da Rocinha contra 12.66% e 24.89% com superior incompleto entre os conta-próprias e empregadores com até cinco empregados Cariocas. A escassez de capital humano entre os micro-empresários da Rocinha pode se apresentar como um importante redutor da taxa de retorno dos outros tipos de capital utilizados pelos microempresários.

Os microempresários da Rocinha normalmente possuem imóvel próprio (82,68%). Embora a pesquisa não apresentem a participação de direitos formais de propriedade que poderiam facilitar o uso do imóvel como colateral de empréstimos. Apenas 14.21% habitam imóveis alugados.

Quanto à ocupação dos microempresários da Rocinha, eles geralmente são biscateiros ou dedicam-se à produção doméstica (33,4%), são micro ou pequeno proprietário (43,8%), ou ainda são autônomos, do tipo, chofer, caminhoneiro, pedreiro, corretor, técnico, professor particular (14,63%), conforme a tabela 2.

A variável econômica síntese da pesquisa talvez seja a renda familiar desses microempresários. Nota-se que a renda mensal familiar concentra-se na faixa de 200 a 800 reais, visto que enquanto 45,81% dos microempresários da Rocinha se insere nesta faixa, somente 15,57% dos microempresários recebe de 1000 a 1500 reais como renda mensal familiar e apenas 17,56% ganha mais de 1.500 reais. (vide tabela 2)

Quanto às características de fecundidade: 80,10% dos microempresários da Rocinha tem filhos: 78,35% tem até 3 filhos e 87,7% dos seus domicílios são constituídos por até 5 pessoas.

Em resumo, os atributos pessoais predominantes entre os micro-empresários da Rocinha são os seguintes:

- (i) 54.1% são homens;
- (ii) 70.23% encontram-se na faixa de idade de 26 a 50 anos;
- (iii) 65.4% são casados/união livre;
- (iv) 80.1% têm filhos;
- (v) 82.68% moram em imóvel próprio;
- (vi) 78.37% possuem apenas até o primeiro grau completo;
- (vii) 66.87% pertencem à faixa de renda familiar até 1.000 reais;
- (viii) 33,4% são biscateiros ou dedicam-se à produção doméstica, 43,8% são micro ou pequeno proprietários, 14,63% são autônomos do tipo, chofer, caminhoneiro, pedreiro, corretor, técnico, professor particular.

TABELA 2

DADOS PESSOAIS E FAMILIARES

		População (%)
Nível Escolar		
	Analfabeto	11.81
	1º Grau Completo	53.75
	1º Grau Incompleto	12.81
	2º Grau Completo	4.10
	2º Grau Incompleto	10.41
	2º Grau Técnico Incomp./Comp	2.30
	Superior Incomp./Comp	4.80
Ocupação		
	Funcionário de Alto/Médio Escalão	1.24
	Funcionário de Baixo Escalão	2.18
	Profissional Liberal com Curso Superior	0.73
	Autônomos (corretor, técnico, prof. particular)	4.67
	Autônomos (chofer, caminhoneiro, pedreiro)	9.96
	Biscateiro, Produção doméstica	33.40
	Médio ou grande proprietário	0.21
	Pequeno proprietário	16.29
	Micro proprietário	27.59
	Empregados domésticos	1.04
	Outros	2.70
Renda Mensal Familiar		
	Até 200 reais	9.28
	200 a 400 reais	14.97
	400 a 600 reais	16.47
	600 a 800	14.37
	800 a 1000	11.78
	1000 a 1500	15.57
	1500 a 2000	9.08
	Mais de 2000	8.48
Nº de Pessoas no Domicílio		
	Até 2 Pessoas	22.40
	3 Pessoas	26.20
	4 Pessoas	23.10
	5 Pessoas	16.00
	6 Pessoas	5.00
	7 Pessoas ou mais	7.30
Tem Filhos		80.10
Quantos Filhos	1 Filho	33.42
	2 Filhos	28.66
	3 filhos	16.27
	4 Filhos	11.14
	5 Filhos ou mais	10.51
Tipo de Domicílio		
	Imóvel próprio	82.68
	Imóvel alugado	14.21
	Imóvel de familiares	2.80
	Outros	0.30

Fonte : Rocinha

Perfil dos Empregados em Microempresas da Rocinha

A fim de completar a análise dos recursos humanos das microempresas da Rocinha analisamos o perfil dos empregados e dos familiares ocupados nestes empreendimentos.

56,9% das microempresas da Rocinha não recebe qualquer ajuda da família, segundo a tabela 3. Ou seja, 43,1% dos microempresários são auxiliados por suas respectivas famílias, revelando a importância relativa da célula básica do tecido social, a família, como insumo das atividades microempresariais locais. 38,42% do total de microempresários recebem auxílio familiar por intermédio do trabalho de seus membros, principalmente do cônjuge (20%) e de seus filhos (16,20%) e somente 3,3% dos microempresários recebe dinheiro da família como forma de ajuda.

As microempresas da Rocinha geralmente não contam com a ajuda de mais nenhum funcionário em seus empreendimentos, além de seus próprios familiares (76,82%). 18,1% das microempresas da Rocinha possuem 1 ou 2 pessoas auxiliando suas atividades, enquanto 5.1% possui três ou mais funcionários.

A maior parte dos funcionários contratados pelas microempresas da Rocinha são fixos (81,7%) e quando decidem empregar trabalhadores ocasionais, os microempresários normalmente contratam apenas um funcionário (73,81%). Além disso, nota-se que normalmente as microempresas decidem contratar apenas 1 funcionário fixo (53,61%) ou no máximo de 2 a 5 funcionários fixos (39,7%), mas muito dificilmente elas contratam mais de 5 funcionários (1,3%).

A faixa etária dos funcionários das microempresas da Rocinha situa-se entre 19 a 35 anos de idade, pois tal faixa de idade representa 54,44% dessa população. Portanto, como somente 22,22% dos funcionários das microempresas situam-se na faixa etária de 35 a 50 anos, podemos dizer que os funcionários são relativamente jovens.

Nesse sentido, ao compararmos os dados referentes à idade dos microempresários e de seus funcionários (respectivamente, tabelas 1 e 3), podemos concluir que os funcionários das microempresas sejam mais jovens que os seus patrões, uma vez que :

(i) de um lado, 44,34% dos funcionários situam-se na faixa de idade até os 25 anos, tal porcentagem cai para 11,52%, ao considerarmos os proprietários das microempresas.

(ii) por outro lado, 47,03% dos funcionários situam-se na faixa de idade de 26 a 50 anos, tal porcentagem sobe para 70,03%, ao considerarmos os proprietários das microempresas.

Em suma, a análise do trabalho adicional em relação ao desenvolvido pelos proprietários revela a importância do trabalho dos conjuges e de filhos, evidenciando a importância do chamado capital social aqui representado através da família na operação destes empreendimentos. As microempresas da Rocinha geralmente não contam com a ajuda de mais nenhum funcionário em seus empreendimentos, além de seus próprios familiares (76,82%), sendo 18.3% destes funcionários ocasionais e em geral jovens (44,34% até 25 anos de idade). Apenas 5.1% das microempresas possui três ou mais funcionários.

TABELA 3
DADOS DOS FUNCIONÁRIOS DAS MICROEMPRESAS

	População (%)
Ajuda Familiar	
Não tem	56.90
Dinheiro	3.30
Trabalho	38.42
Filhos	16.20
Cônjuge	20.00
Pais	3.10
Outros Parentes	11.70
Outra forma de Ajuda	1.38
Compra Produto p/negócio	0.43
Entrega encomendas	0.26
Divulgação	0.26
Outros	0.43
nº de Pessoas que Ajudam na Atividade além do Familiares	
Nenhuma	76.82
1 Pessoa	12.99
2 Pessoas	5.09
3 a 5 Pessoas	3.80
Mais de 5 Pessoas	1.30
Funcionários	
Fixos	81.70
1 Funcionário	53.61
2 Funcionários	22.16
3 a 5 Funcionários	17.53
Mais de 5 Funcionários	6.70
Ocasionais	18.30
1 Funcionário	73.81
Mais de 2 Funcionários	26.19
Faixa de Idade dos Funcionários	
Menores de 14 Anos	1.85
14 a 18 Anos	12.96
19 a 25 Anos	29.63
26 a 35 Anos	24.81
35 a 50 Anos	22.22
Maiores de 50 Anos	8.52

Fonte : Rocinha

V - Perfil das Microempresas da Rocinha

De acordo com a tabela 4 abaixo, constatamos que as microempresas da Rocinha apresentam como atividades principais a venda de produtos alimentícios (21,93%), a posse de bar/birosca (18,94%) e a realização de serviços diversos (13,16%). Em termos mais genéricos, a atividade de vendas supera a atividade de serviços nas microempresas da Rocinha.

A maioria dos microempresários da Rocinha não tem outra atividade e dedica-se apenas a sua atividade principal (87,75%), e entre os 12,25% que desempenham uma atividade empresarial complementar, nota-se mais da metade destas atividades extra (6,57% do total) se refere a venda de produtos alimentícios, roupas e acessórios e cerca de 25% (3% do total) se refere a biscoitos e serviços diversos.

Em consonância com os dados do último parágrafo, a grande maioria dos microempresários pobres da Rocinha não tem acesso a outras fontes de renda (74,47%) e apenas 16,92% desses microempresários possuem outro negócio ou um emprego como outra fonte de renda. As aposentadorias e pensões complementam a renda de apenas 2,6% da população.

Quanto à intensidade das atividades microempresariais 94,71% se ocupam durante os 12 meses por ano, 73,27% operam em mais de 5 dias por semana e 91,5% dedicam acima de 5 por dia à atividade.

Quanto à sazonalidade dos negócios, apesar de 30,40% dos microempresários não considerar que existam melhores épocas para o trabalho, mas 45,5% consideram sub-períodos do verão carioca representados por itens como mês de dezembro, o fim de ano, o ano novo e o verão os melhores períodos do ano para o desempenho de suas atividades. Este tipo de informação explorado nos últimos dois parágrafos pode ser útil na formulação do fluxo de pagamento dos contratos de crédito.

Em , os microempresários da Rocinha realizam tal atividade entre 1 a 5 anos (37,75%), mas nota-se que enquanto 74,47% da população desempenha essa atividade a menos de 10 anos, apenas 19,72% a desempenham a 11 anos ou mais.

TABELA 4
DADOS OCUPACIONAIS

		População (%)
Atividade Principal	Serviços Diversos	13,16
	Biscates, Chaveiro, Etc	10,27
	Costura	4,29
	Diarista/Babá/Cozinheira/Chofer	11,47
	Bar/Birosca	18,94
	Venda, Roupas e Acessórios	9,17
	Venda de Produtos Alimentícios	21,93
	Venda Diversos	10,77
Outra Atividade	Não tem outra Atividade	87,75
	Serviços Diversos	1,39
	Biscates, Chaveiro, Etc	1,59
	Costura	0,50
	Diarista/Babá/Cozinheira/Chofer	0,70
	Bar/Birosca	0,70
	Venda, Roupas e Acessórios	2,49
	Venda de Produtos Alimentícios	4,08
	Venda Diversos	0,80
Tempo que realiza a atividade	Menos de 1 ano	21,61
	1 a 5 anos	37,35
	6 a 10 anos	18,43
	11 a 15 anos	7,57
	16 a 20 anos	6,77
	21 a 25 anos	2,89
	26 a 30 anos	3,09
	Mais de 30 Anos	2,29
Outras Fontes de Renda	Não tem Outras Fontes de Renda	74,47
	Outro Negócio	7,31
	Emprego	9,61
	Aluguel	5,11
	Outros	3,30
	Aposentadoria e Pensões	2,60
	Não Sabe/Não Respondeu	0,20
Horas Por Dia que Dedicar a Atividade	Até 4 Horas	8,50
	5 a 8 Horas	28,20
	9 a 12 Horas	47,60
	Mais de 12 Horas	15,70
Dias Por Semana que se Dedicar a Atividade	Até 5 Dias	26,73
	Mais de 5 Dias	73,27
Meses Por Ano que se Dedicar a Atividade	Até 11 Meses	5,29
	12 Meses	94,71
Melhores Épocas para o Trabalho	Não Existe	30,40
	Início do Mês	3,10
	Final do Mês	2,54
	Dezembro	4,76
	Fim de Ano e Ano Novo	21,13
	Inverno	3,32
	Verão	19,59
	Outros	15,16

FONTE: ROCINHA

Análise das Vendas das Atividades de Serviços e de Comércio

Conforme já mencionamos anteriormente, a atividade de vendas representa a principal atividade desempenhada pelas microempresários da Rocinha. Enquanto 66,20% dos empresários da Rocinha dedica-se às vendas, apenas 40,4% exerce atividades no setor serviços. Passemos agora à análise destes dois tipos de atividades.

Faturamento do Setor Serviços

A tabela 5 abaixo analisa as principais características referentes à atividade de serviços. Entre estas microempresas, os serviços são freqüentemente prestados de casa em casa (35,25%) ou em casa (23,36%). Apenas 19,26% prestam serviços numa loja ou oficina. Além disso, o público principal dessa atividade é constituído basicamente de conhecidos e vizinhos (58,32%), mas os passantes também correspondem a uma parcela significativa do público total (15,14%). Estes dados revelam o caráter eminentemente local e precário das atividades de serviços exercidas na Rocinha.

Quanto ao movimento dos serviços prestados, em média, as microempresas de serviços atendem nenhum ou apenas um cliente por dia (57,96%) e apenas 33,34% dessas microempresas atendem mais de 3 clientes por dia. Em termos semanais, se por um lado, 25,69% das microempresas de serviço atendem mais de dez clientes por semana, por outro lado, deve-se ressaltar que 26,43% dessas microempresas não atendem nenhum cliente por semana em média. Vale frisar ainda, que 28,68% das microempresas atende de 3 a 5 clientes por semana em média.

Entre os microempresários da atividade de serviço, geralmente apenas 29,3% facilitam o pagamento através do fiado (17.1%) ou prestações (12.2%). Em outras palavras, quase um terço das microempresas do setor serviço concedem crédito aos seus clientes.

Quanto ao faturamento dos microempresários da atividade de serviço, 87,14% apresentam faturamento mensal de até 1000 reais, sendo que de 28,69% dos microempresários fatura no máximo apenas 200 reais e 34,32% desse total situar-se na faixa de renda mensal de 200 a 500 reais. Logo, podemos dizer que o faturamento dos microempresários da atividade de serviço é, em geral, baixo.

TABELA 5
ATIVIDADE : SERVIÇO

		População (%)
Total		40.40
Nº Médio de Clientes Por dia		
	0	39.80
	1 Cliente	18.16
	3 Clientes	8.71
	3 a 5 Clientes	14.18
	6 a 10 Clientes	8.46
	Mais de 10 Clientes	10.70
Nº Médio de Clientes Por Semana		
	0	26.43
	1 Cliente	11.72
	3 Clientes	7.48
	3 a 5 Clientes	18.95
	6 a 10 Clientes	9.73
	Mais de 10 Clientes	25.69
Lugar Onde Oferece o Serviço		
	Em Casa	23.36
	Oficina ou Loja	19.26
	De Casa em Casa	35.25
	Local do Cliente	6.15
	Outros	15.98
Público Principal		
	Vizinhos	21.84
	Conhecidos	36.48
	Comerciantes	5.21
	Passantes	15.14
	Outros	21.34
Quanto Recebe por Mês		
	Até 200 Reais	28.69
	200 a 500 Reais	34.32
	500 a 1000 Reais	24.13
	1000 a 2000 Reais	7.51
	2000 a 4000 Reais	2.68
	Mais de 4000 Reais	2.68
Aceita Pagamento		
	Fiado	17.1
	Em Prestações	12.20

Fonte : Rocinha

Faturamento do Comércio

A tabela 6 abaixo condensa informações sobre as atividades de comércio desempenhadas pelos microempresários da Rocinha.

A tabela 6 demonstra que as bebidas aparecem como o produto principal vendido, (40,39%) mas que os gêneros alimentícios e as roupas e acessórios também são bastante importantes como produto principal das vendas, visto que conjuntamente correspondem a 42,21% dos produtos vendidos. Vale ressaltar que apenas 33,8% dos microempresários vende outros produtos além de seu produto principal, basicamente gêneros alimentícios (23,10%) e produtos diversos (5,20%).

A maioria das microempresas da Rocinha que dedica-se às atividade de vendas não produz as mercadorias que vende (79,3%). Contudo, nota-se que 47,59% dos microempresários que produzem o que vendem, realizam a produção em lojas.

Em termos mais genéricos, as vendas do setor comércio são majoritariamente feitas nas lojas ou oficinas (57,75%) ou em barracas fixas ou móveis (25,84%), e apenas 13,83% das vendas são realizadas em casa ou de casa em casa. O principal público da atividade de vendas é constituído de passantes (45,08%), mas não devemos negligenciar a importância que os vizinhos e conhecidos desempenham nas vendas, uma vez que juntos eles correspondem a 48,72% do público total. Além disso, 98,03% das vendas são feitas para o público em geral.

Geralmente, as microempresas que dedicam-se às vendas concedem crédito em suas atividades, uma vez que 48,82% delas vende fiado, outros 22,4% vendem por encomenda e que 25,53% vendam em prestações ou com cheques pré-datado. Superior a taxa geral de concessão de crédito de 29,3% observada no setor serviços.

Quanto à receita mensal das vendas, pode-se dizer que embora relativamente baixas são superiores as observadas no setor serviços. Enquanto 26,17% das microempresas do setor comércio recebam por mês no máximo 200 reais, e que apenas

34,27% dos microempresários situem-se na faixa de rendimento de 200 a 1000 reais. Totalizando 60.44% com faturamento de até 1000 reais. Como vimos nas atividades de serviços, 87,14% fatura até 1000 reais por mês.

A da superioridade do faturamento do setor comércio em relação ao setor serviços não são necessariamente traduzidas em termos de rendimentos líquidos também superiores, dado o menor percentual relativo de valor adicionado no faturamento do setor comércio. Este tipo de comparação requer um detalhamento da política de compras do setor comércio.

TABELA 6
ATIVIDADE : VENDAS

		População (%)
Total		66.20
Produto Principal vendido		
	Bebidas	40.39
	Gêneros Alimentícios	23.15
	Roupas e Acessórios	19.06
	Produtos Diversos	17.40
Outros Produtos vendidos		
	Gêneros Alimentícios	23.10
	Bebidas	2.80
	Roupas e Acessórios	2.70
	Produtos Diversos	5.20
Receita Mensal de Vendas		
	Até 200 Reais	26.17
	200 a 500 Reais	19.11
	500 a 1000 Reais	15.16
	1000 a 2000 Reais	18.07
	2000 a 4000 Reais	9.35
	Mais de 4000 Reais	12.15
Produce as Coisas que vende		20.70
Onde Produz		
	Casa	45.99
	Loja	47.59
	Outros	6.42
Lugar Onde Vende os Produtos		
	Loja ou Oficina	57.75
	Barraca Fixa ou Móvel	25.84
	Em Casa	8.05
	De Casa em Casa	5.78
	Outros	2.58
A Quem Vende Mais		
	Passantes	45.08
	Vizinhos	29.20
	Conhecidos	19.52
	Comerciantes	3.18
	Outros	3.03
Aceita Venda		
	Fiado	48.82
	Por encomenda	22.40
	Em Prestações	14.22
	Com Cheque Pré-datado	11.31
	Com Cartão de Crédito	1.90
	Outros	1.34
Tipo de Venda		
	Para o Público em Geral	98.03
	Outros	1.97

Fonte : Rocinha

Política de Compras

Após a análise do faturamento das atividades de serviço e venda das microempresas da Rocinha, realizamos uma análise da política de compras. Esta informação está sintetizada na tabela 7 abaixo. Em primeiro lugar notamos que

independentemente do ramo de atividade 82,30% das microempresas fazem compras para seus negócios. Conforme já mencionamos, a maior parte das microempresas não produz o que vende, mas compra pronto.

TABELA 7
COMPRAS

	População (%)
Faz Compra para o Negócio	82.30
Onde Faz Compras	
A maioria Fora da Rocinha	70.96
A maioria na Rocinha	19.32
Metade na Rocinha e Metade Fora	9.72
De Quem Compra com Mais Frequência	
Fornecedores ou Atacadistas	58.52
Lojas ou Supermercados	40.88
Outros	0.61
Quanto Gasta Por Mês com Compras	
Até 200 Reais	40.30
200 a 500 Reais	21.16
500 a 1000 Reais	14.02
1000 a 2000 Reais	10.78
2000 a 4000 Reais	7.82
Mais de 4000 Reais	5.93
Formas de Pagamento das Compras	
À vista	64.10
Com Cheque Pré-datado	17.40
Em Prestações	9.70
Com Cartão	7.60
Fiado	5.50
Outras	3.00
Forma de Pagamento que Utiliza com Mais Frequência	
À vista	69.38
Com Cheque Pré-datado	13.73
Em Prestações	7.41
Com Cartão	4.74
Fiado	3.04
Outras	1.70

Fonte : Rocinha

Os microempresários da Rocinha compram a maior parte de seus produtos fora da Rocinha (70,96%), em fornecedores ou atacadistas (58,52%) ou em lojas e supermercados (40,88%). Os gastos mensais com compras em geral não superam 200 reais (40,30%), ou concentram-se na faixa de gastos de 200 a 1000 reais (35,18%).

Vale ressaltar ainda que os microempresários normalmente não recebem crédito para realizarem as compras necessárias para seus negócios, apesar de

concederem crédito ao vender seus produtos. A forma de pagamento mais usada nas compras é o pagamento à vista (69,38%), pois os pagamentos com cheque pré-datado representam apenas 13,73% e os pagamentos com cartão ou em prestações correspondem a apenas 12,15%.

VI- Nascimento, expansão, e morte de microempresas pobres da Rocinha e suas implicações de política

As pequenas empresas, muitas vezes, se originam de projetos de indivíduos que a medida que acumulam ativos financeiros e capital humano, sob a forma de conhecimentos e experiências no mercado de trabalho, são paulatinamente levados, voluntária ou involuntariamente, a abrir mão do seu vínculo empregatício para montar o seu próprio negócio.

O objetivo desta seção é analisar as principais motivações para a abertura de pequenos negócios na Rocinha (em particular, a história trabalhista pregressa dos pequenos empresários), quais foram os principais recursos e insumos utilizados pelas micro-empresas (em particular, as principais fontes de recursos utilizadas no financiamento da abertura dos pequenos negócios) e quais são as principais restrições impostas ao funcionamento das micro-empresas que poderiam condicionar o seu desenvolvimento futuro.

Segundo a análise da tabela 8 abaixo, podemos verificar que o desemprego foi o principal motivo para os microempresários da Rocinha começarem seu negócio (13,51%), o que ressalta a importância de analisarmos a história trabalhista dos microempresários. Deve-se ressaltar como motivos importantes que levaram os microempresários a iniciarem os negócios: o desejo de ser independente e não trabalhar para os outros (colocando em outras palavras, o desejo de ser o seu próprio patrão) e a necessidade de aumentar a renda familiar (cada um desses motivos corresponde a 10,21% da população). Nota-se ainda, que o nascimento das microempresas geralmente relaciona-se também à ajuda de terceiros (9,91%), ao surgimento de oportunidades de negócios (4,1%) e ao recebimento de indenização que incentive o investimento em microempresas (4,1%).

Ao analisarmos a história trabalhista desses microempresários notamos que grande parte dos hoje microempresários, no passado foram empregados de outra área (39,8%) ou empregados da mesma área (23,3%). Além disso, a tabela 8 demonstra ainda que apenas 12,4% dos microempresários da Rocinha já possuía um negócio antes e que 5,9% dos microempresários antes eram do lar, o que ressalta a importância das donas de casa nas chamadas microempresas da Rocinha. Em outras palavras, as microempresas nascem ou os empregados tornam-se seus próprios patrões, tanto por estarem desempregados e terem a oportunidade de abrir seu próprio negócio com a indenização recebida, quanto por terem adquirido experiência como empregados e objetivarem a independência de seus antigos patrões e o aumento de sua renda familiar.

TABELA 8
ASPECTOS FINANCEIROS E HISTÓRIA TRABALHISTA

		População (%)
Tem Conta Bancária		48.6
A Quanto Tempo		
	Menos de 1 ano	20.80
	6 a 10 Anos	19.75
	3 a 5 Anos	19.33
	2 Anos	11.76
	11 a 15 Anos	11.55
	1 Ano	8.61
	Mais de 15 Anos	8.19
Como Começou o negócio		
	Não Especificado	12.71
	Estava Desempregado	13.51
	Para Aumentar a Renda Familiar	10.21
	Para não Trabalhar para Outros	10.21
	Com Ajuda de Terceiros	9.91
	Sempre Trabalhou por Conta-própria	6.61
	Recebeu Indenização e Investiu	4.10
	Surgiu Oportunidade	4.10
	Herdou Negócio	1.70
	Outros	26.23
	Não Sabe/Não Respondeu	0.70
O que Fazia Antes		
	Não Especificado	4.00
	Era Empregado de Outra Área	39.80
	Era Empregado da Mesma Área	23.30
	Tinha um Negócio em Outra Área	7.90
	Do Lar	5.90
	Tinha um Negócio na Mesma Área	4.50
	Sempre Trabalhou desta Forma	4.30
	Estudantes	3.10
	Não Fazia Nada	2.30
	Outros	4.10
	Não Sabe/Não Respondeu	0.80

Fonte : Rocinha

Quanto à origem dos principais recursos utilizados pelos microempresários para começar seus negócios, a poupança própria destaca-se como a principal forma de financiamento (47,25%) e que os recursos do FGTS e da rescisão de contratos também são importantes para o surgimento das microempresas correspondendo a 12,78% dos tipos de recursos iniciais utilizados. Notamos ainda, de acordo com a tabela 9, que apesar dos empréstimos de parentes e outras pessoas auxiliarem a abertura dos negócios (7,1%), os bancos não concedem crédito aos microempresários da Rocinha,

uma vez que o crédito bancário representa somente 0,2% do capital inicial utilizado pelas microempresas pobres da Rocinha.

Nesse sentido, o nascimento das pequenas empresas está muito relacionado à formação de poupança prévia e não à captação de recursos de terceiros. Entretanto, estes dados não nos permitem por si só identificar se a falta de utilização de recursos externos decorre de uma demanda por crédito não satisfeita ou de uma falta de demanda por crédito. Entretanto, dificuldades financeiras foram apresentadas em outro quesito da tabela 9 por um terço dos 48.8% dos empresários que relataram ter enfrentado algum tipo de dificuldade na abertura do negócio. Neste sentido, a falta de *seed-money* se apresenta como a restrição mais efetiva percebida no processo de abertura dos pequenos negócios pelos empresários já estabelecidos.

Podemos citar ainda outras dificuldades que dificultam o nascimento das microempresas, como a falta de clientela (5,4%), a dificuldade de conseguir um local (4,49%), o problema da compra de equipamentos e ferramentas (3,6%) e de adaptação ao ramo/local (2,5%). Em outras palavras, os principais impedimentos ao nascimento das microempresas resumem-se à falta de capital financeiro (portfólio de ativos e passivos financeiros), à problemas mercadológicos e à falta de capital físico permanente necessários à boa condução inicial dos negócios (máquinas, equipamentos, ferramentas, local de trabalho, etc.).

Apesar de 51% dos microempresários da Rocinha ter declarado a inexistência de dificuldades para a abertura de seus empreendimentos, o funcionamento das microempresas tende a incrementar as dificuldades aos seus proprietários, visto que apenas 39% dos micro-empresários já estabelecidos citam a não existência de dificuldades atuais na condução dos negócios. Nota-se ainda que os problemas mercadológicos (i.e. a pouca clientela com 20.46%) superam os problemas financeiros com 13,67% após a abertura dos negócios. Ou seja, apesar da falta de recursos representar como o principal entrave ao *nascimento* das microempresas, a falta de clientes é a restrição percebida mais efetiva à continuidade do funcionamento das microempresas, segundo o quesito sobre as principais dificuldades atuais enfrentadas.

Conforme já mencionamos, como a maior parte dos clientes das microempresas da Rocinha são os seus próprios vizinhos e conhecidos, as microempresas acabam concedendo crédito (vendendo fiado) e tendo que enfrentar as dificuldades de calotes (3,49%). A pouca clientela é responsável também pela concorrência entre as microempresas (3,49%) que dificulta a sobrevivência das mesmas. Podemos citar ainda a compra de materiais e o transporte e a guarda de materiais (3%) como uma dificuldade ao funcionamento das microempresas, que destaca a falta de capital de giro (matéria prima, estoque de produtos acabados, vendas e compras a prazo), e os altos encargos e impostos (2,8%), que em geral motivam a informalidade.

A maior parte dos microempresários ressalta realmente o problema mercadológico como sua principal dificuldade, visto que 75% consideram que sua clientela diminuiu ou se manteve a mesma no último ano. É importante ressaltar que esta pesquisa se refere a meados de 1997 quando o efeito da alta das taxas de juros provocada pela reação do governo à Crise Asiática ainda não havia sido observado.

TABELA 9
ASPECTOS FINANCEIROS

	População (%)
Como Consegui Dinheiro para Começar	
Poupança Própria	47.25
FGTS	7.29
Rescisão	5.49
empréstimo de Parentes	4.60
Empréstimo de Outra Pessoas	3.50
Crédito Bancário	0.20
Outros	31.67
Principais Problemas para Começar o negócio	
Não Teve Nenhum	51.20
Financeiro	17.27
Pouca Clientela	5.39
Dificuldade de Conseguir Local	4.49
Compras de Ferramentas/Equip.	3.59
Adaptação ao Ramo/Local	2.50
Calotes/Fiados	1.70
Falta de Informação sobre o Negócio	0.70
Falta de Infraestrutura	0.70
Dívidas	0.30
Outros	8.58
Não Sabe/Não Respondeu	3.59
Dificuldades Atuais	
Não Tem Nenhuma	39.22
Pouca Clientela	20.46
Financeiro	13.67
Calotes/Fiados	3.49
Concorrência	3.49
Compra de Materiais	2.00
Altos Encargos e Impostos	1.80
Tranporte e Guarda de Material	1.00
Outros	11.08
Não Sabe/Não Respondeu	3.79
A sua Clientela no Último Ano	
Aumentou	25.00
Diminuiu	41.10
Se Manteve a Mesma	33.90

Fonte : Rocinha

Planos para o futuro

A tabela 10 abaixo demonstra que 32,97% dos microempresários pretende expandir aperfeiçoar o seu negócio, 28,67% dos microempresários não ter planos no momento para o futuro. Nota-se ainda que os planos para montar outro negócio são bastante significativos (17,28%), se comparados aos planos de dar continuidade ao negócio (5,89%) e de parar de trabalhar (5%). Apenas 2,5% dos microempresários pretende comprar equipamentos e materiais no futuro, isto é, almeja ampliar seu capital físico permanente e seu capital de giro.

TABELA 10**PLANOS PARA O FUTURO E CAPITAL HUMANO**

Planos para o Futuro		
	Não tem Planos no Momento	28.67
	Expandir o negócio	20.78
	Montar Negócio	17.28
	Aperfeiçoar o Negócio	7.59
	Dar Continuidade ao Negócio	5.89
	Parar de Trabalhar	5.00
	Comprar Equipamentos/Materiais	2.50
	Outros	7.99
	Não tem Planos no Momento	4.30
Gostaria de Ter Cursos de Capacitação		37.50
Quais Cursos	Administração/Gerência	20.18
	Cabeleleiro/Estética	10.70
	Informática	10.09
	Culinária	8.56
	Corte/Costura	7.95
	Vendas	6.42
	Aperfeiçoamento	5.20
	Ligados ao Comércio	3.06
	Outros	27.83
Horas de Duração do Curso por Semana		
	Até 3 Horas	52.73
	4 a 6 Horas	24.44
	6 a 10 Horas	18.01
	Acima de 10 Horas	4.82
Preço Máximo do Curso		
	Até 10 Reais	12.16
	Até 30 Reais	34.23
	30 a 50 Reais	31.53
	Acima de 50 Reais	22.07

Fonte: Rocinha

A análise da tabela 10 também evidencia o desejo dos microempresários de investir em capital humano específico. 37,5% dos microempresários gostaria de ter cursos de capacitação.

Entre os cursos de capacitação que mais interessam aos microempresários, podemos citar:

- (i) administração/gerência (20,18%);
- (ii) cabeleleiro/ estética (10,7%);
- (iii) informática (10%);
- (iv) culinária (8,56%);

(v) corte e costura (7,95%).

Em geral, os microempresários preferem cursos que tenham pouca duração, pois 52,73% deles prefere os cursos de até 3 horas de duração por semana e 42,23% preferem os cursos que duram de 4 a 10 horas por semana, pois dessa forma, talvez de forma a não prejudicar o horário de trabalho. Os microempresários não estão dispostos a pagar muito por esses cursos, visto que 77.9% só aceita menos de 50 reais por estes cursos e apenas 22.1% concorda em pagar mais de 50 reais.

Apoio necessário para expandir o negócio

Quanto ao apoio necessário à expansão do negócio, apesar de 34,55% dos microempresários que responderam a questão sobre o tipo de apoio necessário para expandir o negócio afirmar não precisar de nenhum apoio, o problema do crédito aparece como fundamental para 17.1% deste universo. Além do capital financeiro, o capital físico permanente também destaca-se como apoio necessário à expansão das microempresas, visto que 9,2% dos microempresários considera essencial a compra de equipamentos e materiais ou a obtenção de um local melhor ou maior local de trabalho.

Vale ressaltar que do mesmo modo como no nascimento das microempresas, o papel do crédito também é mais fundamental do que os aspectos mercadológicos (pouca clientela) para a expansão dos negócios, pois enquanto o aumento da clientela/serviços/mercadorias representa apenas 2,95% do auxílio necessário dos microempresários que responderam a questão sobre o tipo de apoio necessário para expandir o negócio, o crédito corresponde a 17,1% deste universo.

53% dos microempresários considera que em geral não estão faltando produtos ou negócios à comunidade o que talvez reflita numa baixa capacidade de expansão empresarial local. As maiores carências percebidas em termos de negócios da comunidade são supermercados, farmácias 24horas e bancos (respectivamente, 7,17%, 3,33% e 3,13%).

A legalização não é considerada essencial para a expansão das microempresas, visto que representa apenas 1,55% do apoio necessário para esse fim. Neste aspecto, a

questão específica sobre legalização dos negócios apresentada na tabela 11 revela que somente 49,38% das microempresas da Rocinha gostariam de ser legalizadas, e apenas 16,62% possuem o CGC. Desta forma, a concessão de crédito mediante à exigência de legalização provavelmente encontraria provavelmente uma grande resistência entre os empresários pobres da Rocinha.

Dentre os principais motivos para a não legalização, destacam-se não só as altas taxas e impostos (22,37%) e a falta de oportunidade e de tempo (22,37%), mas também a falta de informação (10,8%) e de estrutura (10,8%).

TABELA 11**Apoio Necessário para Expandir o Negócio**

Nenhum	25,39
Dinheiro/Crédito	12,59
Conseguir Lugar Melhor ou maior	4,64
Comprar Equipamentos e Materiais	4,54
Divulgação/Publicidade	3,41
Ajuda da Família e/ou Amigos	2,58
Aumento da Clientela/Mercadorias/Serviços	2,17
Cursos	1,75
Informação/Orientação	1,55
Legalização	1,55
Mais Empregados	1,34
Outros	11,97
Não Sabe/Não Respondeu	26,52
Possui CGC	16,62
Gostaria de Legalizar seu Negócio	49,38
Porque não Legalizou	
Altas Taxas e Imposto	22,37
Faltou Oportunidade ou Tempo	22,37
Falta de Informação	10,86
Não tem Estrutura	10,86
Pouco Tempo de Trabalho	9,21
Burocracia	8,22
Outros	9,54
Não Sabe/Não Respondeu	6,58
Produtos ou Negócios que estão Faltando à Comunidade	
Nada/Nenhum	53,13
Supermercados/24horas	7,17
Farmácia 24 horas	3,33
Banco	3,13
Açougue	2,83
Clínicas/Consultório médico	2,32
Loteria Esportiva	1,72
Serviços públicos	1,72
Cinema	1,52
Lavanderia	1,52
Lanchonete/Restaurante/Pizzaria	1,31
Padaria	1,31
Loja de auto-peças/Peças eletrônicas	1,21
Área de lazer	0,81
Armarinho	0,71
Peixaria	0,71
Livraria/Papelaria	0,51
Loja de CD's e discos	0,51
Loja de tecidos	0,30
Material para festas	0,30
Creche	0,20
Depósito de bebidas	0,20
Depósito de gás	0,20
Fábrica	0,20
Loja de decoração	0,20
Sacolão	0,20
Teatro	0,20
Cutelaria	0,20
Outros	6,87
Não Sabe/Não Respondeu	5,45

Crédito

Conforme já mencionamos, as principais restrições impostas ao nascimento e à expansão das microempresas estão relacionadas à falta de crédito. Nesse sentido, analisamos em detalhe o papel e o objetivo da obtenção de crédito, suas condições desejáveis e os principais obstáculos impostos para consegui-lo, afim de auxiliarmos a concretização de políticas de crédito para os microempresários da Rocinha.

Nota-se na tabela 12 que a maior parte do crédito utilizado pelos microempresários da Rocinha foi obtido basicamente com amigos (52,53%), o qual é 12,66% maior do que o crédito bancário concedido. A maior parte dos microempresários gostaria de obter crédito com o intuito de ampliar seu negócio (43,88%), de abrir outro negócio (25,53%), de comprar equipamentos/máquinas (15,43%) ou material para vender (9,31%). Vale ressaltar que os maiores obstáculos para a obtenção de crédito são a comprovação de renda (10,14%) e a documentação/legalização (10,14%), o que talvez justifique a maior concessão de crédito informal por amigos.

O valor do crédito utilizado na época da pesquisa era relativamente baixo, visto que enquanto 17,32% dos microempresários utilizam crédito de até 4000 reais. Como 37,18% das microempresas gostariam de receber mais de 4000 reais de crédito. Nas faixas de crédito mais baixas observamos valores observados superiores aos desejados o que talvez reflita, em termos agregados, uma demanda reprimida por crédito de valores relativamente mais altos do que os oferecidos.

Passando a outros quesitos da tabela 12, observamos que quanto ao prazo em meses para a quitação do crédito desejado, nota-se que a maioria das microempresas desejava prazos relativamente curtos, pois enquanto 53,85% dos microempresários prefere pagá-lo em até 6 meses, outros 30% desejariam o prazo de 6 a 12 meses para a quitação da dívida.

Quanto à taxa de juros mensal máxima cobrada, se por um lado, 56,78% das microempresas desejariam que a mesma estivesse na faixa máxima entre 2% a 5% ao mês, por outro lado, apenas 36,44% pertenciam à faixa até 2% ao mês.

TABELA 12

CRÉDITO

		População (%)
Já Utilizou Crédito		
	Crédito Bancário	39.87
	Crédito Com Amigos	52.53
	Outros	7.59
Qual o Valor do Crédito Utilizado		
	Até 500 Reais	26.42
	500 a 1000 Reais	15.09
	1000 a 2000 Reais	17.92
	2000 a 4000 Reais	22.64
	Mais de 4000 reais	17.92
Gostaria de Ter Crédito para sua Atividade		40.4
Qual o Objetivo		
	Abrir Negócio	25.53
	Ampliar o Negócio	43.88
	Comprar Equipamentos/Máquinas	15.43
	Comprar Material para Vender	9.31
	Pagar Despesas	0.53
	Outros	2.00
Quais as Condições Desejaria		
Valor	Até 500 Reais	7.15
	500 a 1000 Reais	6.59
	1000 a 2000 Reais	11.53
	2000 a 4000 Reais	10.35
	Mais de 4000 reais	37.18
Prazo em Meses		
	Até 6 Meses	53.85
	6 a 12 Meses	30.00
	12 a 24 Meses	10.77
	Acima de 24 Meses	5.38
Prazo em Anos		
	1 Ano	39.33
	2 Anos	38.67
	3 a 5 Anos	20.67
	Mais de 5 Anos	1.33
Taxa de Juros Mensal		
	Até 1% a.m.	16.10
	1% a 2% a.m.	20.34
	2% a 3% a.m.	28.81
	de 3% a 5% a.m.	27.97
	Acima de 6% a.m.	6.78
Taxa de Juros Anual		
	2% a.a.	36.84
	3% a.a.	36.84
	Acima de 3% a.a.	26.32
Os Maiores Obstáculos para Conseguir Crédito		
	Não Tentou/Nenhum	50.24
	Comprovação de Renda	10.14
	Documentação/Legalização	10.14
	Outros	8.96
	Fiador	3.07
	Juros Altos	2.36
	Não Sabe	15.09

Fonte : Rocinha

SEBRAE

A tabela 13 abaixo analisa em mais detalhes o papel do SEBRAE auxiliando efetivamente o sucesso das microempresas e o conhecimento sobre as atividades desenvolvidas pelo órgão.

Primeiramente, notamos que apesar da maioria das microempresas da Rocinha conhecer o SEBRAE (74,60%), apenas 34,7% delas conhece os cursos do SEBRAE. Além disso, somente 4,96% das microempresas já participou de algum curso. No entanto, tais cursos são avaliados como muito bons ou bons, e principalmente relacionam-se à administração/contabilidade.

A maioria dos microempresários ouviu falar do SEBRAE pela TV (46,10%), através de amigos e conhecidos (22,04%) ou do jornal (15,86%). Contudo, 41,98% das microempresas não lembra o que é o SEBRAE, e 41,71% consideram que o SEBRAE apoia pequenas e médias empresas e ajuda microempresários (32,22%), oferece cursos e treinamento (4,81%) ou concede financiamento (4,68%).

As microempresas geralmente não sabem quais as atividades ou serviços são feitos pelo SEBRAE (64,26%). Poucas microempresas sabem que o SEBRAE oferece cursos ou palestras (14,86%), fornece informações e orientação (9,77%) ou empréstimos/financiamento (6,69%).

TABELA 13
SOBRE O SEBRAE

Conhece o SEBRAE		74.60
O que é o SEBRAE		
	Não lembra	41.98
	Apoia Pequenas e Médias Empresas	16.98
	Ajuda os Microempresários	15.24
	Oferece Cursos e Treinamento	4.81
	Concede Financiamento	4.68
	Curso Profissionalizante	2.01
	Fornece Informações	1.74
	Outros	12.57
Que atividades ou Serviços o SEBRAE faz		
	Não lembra	64.26
	Cursos/Palestras	14.86
	Empréstimo/Financiamento	6.69
	Fornece Informações e Orientação	9.77
	Legalização das Empresas	1.74
	Empregos	1.07
	Outros	1.61
Como Ouviu Falar do SEBRAE		
	Pela TV	46.10
	Atravé de Amigos ou Conhecidos	22.04
	Pelo Jornal	15.86
	Pelo Rádio	6.72
	Pelo Balcão SEBRAE	4.44
	Outros	4.84
Balcão SEBRAE Mais Próximo		
	Não Sabe	55.47
	Rocinha	40.53
	Outros	4.00
Conhece os Cursos do SEBRAE		34.70
Participou de Algum Curso		4.96
Qual Curso		
	Administração/Contabilidade	55.56
	Atendimento ao Público	11.11
	Hotelaria	11.11
	Capacitação de Vendas	11.11
	Como Iniciar um Negócio	11.11
Como Avalia esses Cursos		
	Muito Bom	61.54
	Bom	38.46

Fonte : Rocinha

VII – Conclusão

Objetivo

Este trabalho visa subsidiar a aplicação de políticas de reforço de ativos dos pobres. Visamos, mais especificamente, analisar o desenho e a aplicação de políticas de micro-crédito produtivo popular no Rio de Janeiro. Utilizamos como base de dados a pesquisa sobre atitudes e recursos empresariais realizada na favela da Rocinha do Rio de Janeiro em 1997.

Avaliação da importância relativa do Crédito

- Quanto à origem dos principais recursos utilizados pelos microempresários para começar seus negócios, a poupança própria destaca-se como a principal forma de financiamento (47,25%) e que os recursos do FGTS e da rescisão de contratos também são importantes para o surgimento das microempresas correspondendo a 12,78% dos tipos de recursos iniciais utilizados. Notamos ainda os empréstimos de parentes e outras pessoas auxiliarem a abertura dos negócios (7,1%), os bancos representam somente 0,2% do capital inicial utilizado pelas microempresas pobres da Rocinha.
- Nesse sentido, o nascimento das pequenas empresas está mais relacionado à formação de poupança prévia e não à captação de recursos de terceiros. Entretanto, estes dados não nos permitem por si só identificar se a falta de utilização de recursos externos decorre de uma demanda por crédito não satisfeita ou de uma falta de demanda por crédito. Por outro lado, dificuldades de financiamento foram apresentadas em outro quesito por um terço dos 48.8% dos empresários que relataram ter enfrentado algum tipo de dificuldade na abertura do negócio. Neste aspecto, a falta de *seed-money* se apresenta como a restrição mais efetiva percebida no processo de abertura dos pequenos negócios pelos empresários já estabelecidos.
- Quanto ao apoio necessário à expansão do negócio, apesar de 34,55% dos microempresários que responderam a questão sobre o tipo de apoio necessário

para expandir o negócio afirmar não precisar de nenhum apoio, o problema do crédito aparece como fundamental para 17.1% dos responderam a questão. Além do capital financeiro, o capital físico permanente também destaca-se como apoio necessário à expansão das microempresas, visto que 9,2% dos microempresários considera essencial a compra de equipamentos e materiais ou a obtenção de um local melhor ou maior local de trabalho.

- Vale ressaltar que do mesmo modo como no nascimento das microempresas, o papel do crédito também é mais fundamental do que os aspectos mercadológicos (pouca clientela) para a expansão dos negócios, pois enquanto o aumento da clientela/serviços/mercadorias representa apenas 2,95% do auxílio necessário dos microempresários que responderam a questão sobre o tipo de apoio necessário para expandir o negócio , o crédito corresponde a 17,1% deste universo.

Condições de crédito requeridas

- valor do crédito utilizado na época da pesquisa era relativamente baixo em relação às pretensões locais: enquanto 17.32% dos microempresários utilizam crédito de até 4000 reais, 37,18% das microempresas gostariam de receber mais de 4000 reais de crédito. Nas faixas de crédito mais baixas observamos valores observados superiores aos desejados o que talvez reflita, em termos agregados, uma demanda reprimida por crédito de valores relativamente mais altos do que os oferecidos.
- Quanto ao prazo em meses para a quitação do crédito desejado, nota-se que a maioria das microempresas desejava prazos relativamente curtos, pois enquanto 53,85% dos microempresários prefere pagá-lo em até 6 meses, outros 30% desejariam o prazo de 6 a 12 meses para a quitação da dívida.
- Quanto à taxa de juros mensal máxima cobrada, se por um lado, 56,78% das microempresas desejariam que a mesma estivesse na faixa máxima entre 2% a 5% ao mês, por outro lado, apenas 36,44% pertenciam à faixa de até 2% ao mês.

Perfil dos Micro-empresários

Entre os atributos pessoais predominantes entre os micro-empresários da Rocinha observamos que 54.1% são homens; 70.23% encontram-se na faixa de idade de 26 a 50 anos; 66.87% pertencem à faixa de renda familiar até 1.000 reais; e por último e mais importante, 78.37% possuem apenas até o primeiro grau completo.

A presença feminina entre os micro-empresários da Rocinha de 45.9% apesar de minoritária surpreende pois se encontra em níveis superiores a observada entre os ocupados da região metropolitana do Rio de Janeiro (39.14%). Por outro lado, a participação dos indivíduos em *prime-age* é bastante similar às encontradas para os conta-próprias e pequenos empregadores cariocas, segundo a PNAD/96.

O analfabetismo incide sobre 11,81% dos microempresários da Rocinha sendo 66,56% da população alfabetizada mas com até o 1^o grau completo. De acordo com a última PNAD disponível, em 1996 existia entre os conta-próprias cariocas 6,34% de analfabetos e 51.53% de alfabetizados com até o 1^o grau completo. Estas mesmas estatísticas caem, respectivamente, para 2.41% e 49.17% entre empregadores cariocas com até cinco empregados.

O aspecto sócio-demográfico que deve ser enfatizado em termos de política de concessão de crédito é a baixa escolaridade formal dos microempresários da Rocinha, o que pode comprometer de sobremaneira as taxas de retorno e de sobrevivência dos pequenos negócios a serem financiados. Ao mesmo tempo esta carência de capital humano básico, pode inviabilizar a aplicação de programas de capacitação profissional específicos. Neste aspecto, a principal política pública para garantir o retorno de atividades empresariais talvez seja a implantação de sistemas de recuperação de escolaridade básica. Na falta de uma política de reforço da escolaridade básica talvez a melhor forma de elevar o retorno dos empréstimos concedidos é a seleção de uma amostra de tomadores de empréstimos mais educados. Neste ponto cabe ressaltar que o nível de escolaridade formal é um atributo potencialmente observável pelos ofertantes de crédito. Por outro lado, a seleção de uma amostra de indivíduos mais bem educados pode comprometer sobremaneira a capacidade aliviadora de pobreza do programa de micro-crédito produtivo popular. Na verdade, o conflito acerca do público tomador de empréstimos entre aqueles que *precisam mais do crédito* versus

aqueles que *possuem maior capacidade de repagar o empréstimo* constitui o principal dilema de política de crédito popular.

Alguns aspectos a serem considerados no desenho de contratos de Crédito

O programas de crédito produtivo popular deve ser suficientemente flexíveis nas suas regras afim de incorporar instituições informais típicas de uma ambiente como a Rocinha no seu sistema de *credit scoring*, por exemplo:

- (i) 82.68% dos micro-empresários da Rocinha declaram morar em imóvel próprio. Entretanto, os respectivos direitos legais de propriedade provavelmente não estão formalmente estabelecidos de forma a impedir o uso destes imóveis como colateral de empréstimos. Neste aspecto uma ação pública de regularização de títulos de propriedade pode ser extremamente útil como pré-condição do programa de crédito.
- (ii) uso das relações familiares como parte da dotação do capital social pode ser relevante na aplicação das políticas de micro-crédito. 65.4% dos micro-empresários da Rocinha são casados ou possuem uma união livre; 80.1% têm filhos; 38,42% recebem auxílio familiar por intermédio do trabalho dos membros da família principalmente o cônjuge (20%) e seus filhos (16,20%)³. Em termos práticos, sistemas de comprovação de renda, a classificação de ativos aceitos como colateral e a avaliação da capacidade de auto-sustentação do negócio deve considerar a família e não o micro-empresário como unidade básica de análise. O uso da célula básica do tecido social, a família, como insumo na avaliação da concessão de crédito é vantajosa não só do ponto de vista de aferição da capacidade de pagamento dos empréstimos mas por também constituir a unidade básica de aferição do nível de bem estar social e de pobreza.

³ 76,82% das microempresas da Rocinha não contam com a ajuda de mais nenhum funcionário em seus empreendimentos, além de seus próprios familiares. Apenas 5.1% das microempresas possui três ou mais funcionários.

- (iii) a maior parte do crédito utilizado pelos microempresários da Rocinha foi obtido basicamente com amigos (52,53%). A maior parte dos microempresários gostaria de obter crédito com o intuito de ampliar seu negócio (43,88%), de abrir outro negócio (25,53%), de comprar equipamentos/máquinas (15,43%) ou material para vender (9,31%). Vale ressaltar que os maiores obstáculos para a obtenção de crédito são a comprovação de renda (10,14%) e a documentação/ legalização (10,14%), o que talvez justifique a alta concessão de crédito informal por amigos. Este tipo de relação informal deve ser levada em conta no desenho dos contratos de crédito. Em particular, o uso da rede de conhecimentos locais como avalistas de crédito.
- (iv) a legalização não é percebida como essencial pelos empresários, visto que representa apenas 1,55% do apoio percebido como necessário para a expansão das microempresas. Neste aspecto, a questão específica sobre legalização dos negócios revela que somente 49,38% das microempresas da Rocinha gostariam de ser legalizadas, e apenas 16,62% possuem o CGC. Desta forma, a concessão de crédito mediante à exigência de legalização provavelmente encontraria provavelmente uma grande resistência entre os empresários pobres da Rocinha⁴.
- (i) informações sobre a intermitência e a sazonalidade dos negócios podem ser úteis na formulação do fluxo de pagamento dos contratos de crédito compatíveis: 94,71% das atividades microempresariais da Rocinha se ocupam durante os 12 meses por ano, em termos de sazonalidade 45,5% consideram sub-períodos do verão carioca representados por itens como mês de dezembro, o fim de ano, o ano novo e o verão, os melhores períodos do ano para o desempenho de suas atividades.

⁴ Dentre os principais motivos para a não legalização, destacam-se não só as altas taxas e impostos (22,37%) e a falta de oportunidade e de tempo (22,37%), mas também a falta de informação (10,8%) e de estrutura (10,8%).

- (ii) Cabe, em primeiro lugar, apontar que os empresários comprou a maior parte de seus produtos fora da Rocinha (70,96%), o que talvez indique a existência de um segmento um potencial para ser incentivado, os atacadistas. Em termos de varejo, 53% dos microempresários considera que em geral não estão faltando produtos ou negócios à comunidade o que talvez reflita numa baixa capacidade de expansão do mercado varejista local. As maiores carências percebidas em termos de negócios da comunidade são supermercados, farmácias 24horas e bancos (respectivamente, 7,17%, 3,33% e 3,13%). Ou seja, pode-se utilizar a percepção dos empresários como indicativa das atividades específicas que podem ser financiadas a crédito.

Outros aspectos das micro-empresas da Rocinha

História trabalhista pregressa

- As pequenas empresas, muitas vezes, se originam de projetos de indivíduos que a medida que acumulam ativos financeiros e capital humano, sob a forma de conhecimentos e experiências no mercado de trabalho, são paulatinamente levados, voluntária ou involuntariamente, a abrir mão do seu vínculo empregatício para montar o seu próprio negócio.
- desemprego foi o principal motivo para os microempresários da Rocinha começarem seu negócio (13,51%). Recursos do FGTS e da rescisão de contratos trabalhistas são importantes para o surgimento das microempresas correspondendo a 12,78% dos tipos principais de recursos iniciais utilizados.
- ao analisarmos a experiência trabalhista desses microempresários notamos que grande parte dos hoje microempresários, no passado foram empregados de outra área (39,8%) ou empregados da mesma área (23,3%).

- 12,4% dos microempresários da Rocinha já possuía um negócio antes e que 5,9% dos microempresários antes eram do lar, o que quantifica a importância relativa das donas de casa nas chamadas microempresas da Rocinha.

Perfil Ocupacional

- em termos de ocupação, 3,4% dos empresários da Rocinha são biscateiros ou dedicam-se à produção doméstica, 43,8% são micro ou pequeno proprietários, 14,63% são autônomos do tipo, chofer, caminhoneiro, pedreiro, corretor, técnico, professor particular.

Perfil Setorial

- 66,20% dos empresários da Rocinha dedica-se às vendas, apenas 40,4% exerce atividades no setor serviços. Como sub- atividades principais a venda de produtos alimentícios (21,93%), a posse de bar/birosca (18,94%) e a realização de serviços diversos (13,16%).

Faturamento serviços

- Entre as microempresas prestadoras de serviços, estes são freqüentemente prestados de casa em casa (35,25%) ou em casa (23,36%). Além disso, o público principal dessa atividade é constituído basicamente de conhecidos e vizinhos (58,32%). 57,96% destas empresas atendem em média apenas um ou zero clientes por dia. Quanto ao volume de faturamento: 87,14% apresentam faturamento mensal de até 1000 reais, sendo que de 28,69% fatura no máximo apenas 200 reais mensais.

Faturamento comércio

- as atividades de comércio desempenhadas pelos microempresários da Rocinha tem como principais produtos as bebidas (40,39%), os gêneros alimentícios e as roupas (conjuntamente 42,21%). Vale ressaltar que apenas 33,8% dos microempresários vende outros produtos além de seu produto principal. A maioria das microempresas da Rocinha que dedica-se às atividade de vendas não produz as mercadorias que vende (79,3%). As vendas do setor comércio são

majoritariamente feitas nas lojas, oficinas ou barracas (83,59%), O principal público da atividade de vendas é constituído de passantes, vizinhos e conhecidos (94,8%)

Faturamento serviços versus comércio

- geralmente, as microempresas que dedicam-se às vendas concedem crédito em suas atividades, uma vez que 48,82% delas vende fiado, outros 22,4% vendem por encomenda e que 25,53% vendem em prestações ou com cheques pré-datado. Superior a taxa geral de concessão de crédito de 29,3% observada no setor serviços. Quanto à receita mensal das vendas, pode-se dizer que embora relativamente baixas são superiores as observadas no setor serviços. Enquanto 26,17% das microempresas do setor comércio recebem por mês no máximo 200 reais, e que apenas 34,27% dos microempresários situem-se na faixa de rendimento de 200 a 1000 reais. Totalizando 60,44% com faturamento de até 1000 reais. Como vimos nas atividades de serviços, 87,14% faturam até 1000 reais por mês.

Compras

- Os microempresários da Rocinha compram a maior parte de seus produtos fora da Rocinha (70,96%), em fornecedores ou atacadistas (58,52%) ou em lojas e supermercados (40,88%). 40,30% dos gastos mensais com compras não superam 200 reais, ou concentram-se na faixa de gastos de 200 a 1000 reais (35,18%). Vale ressaltar ainda que os microempresários normalmente não recebem crédito para realizarem as compras necessárias para seus negócios, apesar de concederem crédito ao vender seus produtos. A forma de pagamento mais usada nas compras é o pagamento à vista (69,38%), pois os pagamentos com cheque pré-datado representam apenas 13,73% e os pagamentos com cartão ou em prestações correspondem a apenas 12,15%.

SEBRAE

- apesar da maioria das microempresas da Rocinha revelar conhecer o SEBRAE (74,60%), apenas 34,7% delas conhece os cursos do SEBRAE. Além disso, somente 4,96% das microempresários já participou de algum curso. No entanto, tais cursos são avaliados como muito bons ou bons pelos que conhecem.

- Entre os cursos de capacitação que mais interessam aos microempresários, observamos:
 - (i) administração/gerência (20,18%);
 - (ii) cabeleleiro/ estética (10,7%);
 - (iii) informática (10%);
 - (iv) culinária (8,56%);
 - (v) corte e costura (7,95%).
- os microempresários preferem cursos que tenham pouca duração, pois 52,73% deles prefere os cursos de até 3 horas de duração por semana, talvez de forma a não prejudicar o horário de trabalho. Os microempresários não estão dispostos a pagar muito por esses cursos, visto que 77.9% só aceita menos de 50 reais por estes cursos.

APÊNDICE

Bases de Dados Alternativas sobre Micro-empresas Cariocas

Pesquisas Domiciliares

Existe uma longa tradição estabelecida em pesquisas domiciliares. Nesta parte descrevemos duas bases de dados primárias adicionais:

Pesquisa Mensal do Emprego (PME)

Essa pesquisa mensal do Emprego é realizada nas seis principais regiões metropolitanas brasileiras pelo IBGE cobrindo cerca de 10.000 domicílios mensalmente na região metropolitana de São Paulo desde 1980. Essa pesquisa também possui detalhadas características pessoais e ocupacionais de todos os membros dos domicílios. A PME visa coletar informações do mesmo domicílio por oito vezes durante um período de 16 meses. Mais especificamente, a PME tenta coletar informação do mesmo domicílio durante os meses $t, t+1, t+2, t+3, t+12, t+13, t+14, t+15$. Essa característica de painel rotativo permite calcular a variabilidade de renda a nível individual assim como quantificar as origens, os destinos e os riscos assumidos pelos pequenos empresários cariocas. A PME também nos permitirá gerar séries temporais mensais sobre as retiradas médias dos pequenos empresários.

Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF

Essa pesquisa foi realizada somente duas vezes em 1987 e 1996 pelo IBGE. Ela cobre as onze principais regiões metropolitanas. Além das informações das características dos indivíduos, a pesquisa tem uma parte muito ampla e dados desagregados sobre fontes de renda, gastos em consumo e como as compras de bens duráveis são financiadas. A POF também possui dados sobre os acessos aos serviços financeiros (cartões de crédito, cheques especiais, etc.).

Pesquisas sobre Pequenas Empresas

O momento é bastante apropriado para realizar estudos sobre o funcionamento de pequenas empresas brasileiras. Pois, apesar de existir uma longa tradição na realização de pesquisas domiciliares no Brasil, só recentemente foram implantadas

pesquisas representativas do universo como um todo, que visem auferir as diferentes dimensões do funcionamento das pequenas empresas brasileiras. Mais especificamente, três pesquisas foram implementadas recentemente: a Pesquisa de Padrões de Vida (PPV), a pesquisa sobre pequenos negócios informais no Rio de Janeiro - Informal/94 do IBGE e uma pesquisa conjunta Sebrae/RJ-IBASE. Finalmente, a recente estabilização aumentou substancialmente a precisão das estimativas de valores monetários (faturamento, custos, rendimentos) destas pesquisas.

Pesquisa de Padrões de Vida (PPV)

A nossa fonte básica de dados primários sobre pequenas empresas será a Pesquisa de Padrões de Vida (PPV). As principais vantagens da PPV são realizar conexões entre o funcionamento dos pequenos negócios e uma vasta gama de dimensões dos domicílios. Complementarmente, a PPV é a única pesquisa paulista que cobre o funcionamento de pequenos negócios. A idéia é realizar um estudo detalhado das pequenas empresas do Estado de São Paulo e fazer comparações com as pequenas empresas de Minas Gerais, do Rio de Janeiro e de Recife.

A PPV corresponde, na verdade, à versão brasileira do Living Standard Measurement Survey (LSMS) e foi implementada somente uma vez em 1995-96 em um projeto conjunto entre o Banco Mundial e o IBGE. A amostra de 5000 cobre a população das regiões Nordeste e Sudeste. Tal como a PNAD, essa pesquisa também contém informações detalhadas das características pessoais e ocupacionais dos indivíduos. A PNAD tem informações detalhadas das características pessoais e ocupacionais dos indivíduos, da posse de bens duráveis e condições de moradia. O questionário da PPV possui seções especiais sobre consumo (a nível desagregado), o comportamento financeiro individual, avaliação do acesso aos serviços públicos (Saúde, infraestrutura, educação e etc) entre outros.

Como o acesso à PPV será em termos microeconômicos poderemos realizar diversos cruzamentos e regressões envolvendo as seguintes variáveis de pequenos negócios e um número enorme de variáveis socio-econômicas que foge do escopo

deste trabalho descreve-las aqui⁵. Abaixo segue a lista de variáveis da PPV pertencente ao módulo de pequenos negócios:

- Tipo de atividade - (indústria, comércio, prestação de serviços)
- Qual a participação dos moradores do domicílio na empresa ou negócio? (proprietário de 100%, proprietário de 50% a 90%, proprietário de menos de 50%)
- Recebe orientação ou apoio técnico permanente para desenvolver os trabalhos da empresa ou negócio? (sim, não)
- Quem presta a orientação ou apoio técnico? (Órgãos de classe, Órgãos de governo, Cooperativas, Empresas ou firmas, Outros)
- Há quanto tempo funciona a empresa?
- Nos últimos 12 meses, quantos empregados remunerados trabalhavam na empresa?
- Esta empresa tem registro ou habilitação? (sim, não)
- Nos últimos 12 meses, quantos meses a empresa funcionou?
- A empresa funcionou nos últimos 30 dias? (sim, não)
- Nos últimos 30 dias, qual foi o faturamento líquido da empresa?
- Nos últimos 30 dias, a empresa recebeu pagamento em forma de bens e serviços (sim, não)
- Qual o valor estimado, em dinheiro, desses pagamentos ?
- Nos últimos 30 dias, os moradores deste domicílio, consumiram ou usaram os produtos ou serviços da empresa? (sim, não)
- Qual o valor estimado em dinheiro destes produtos ou serviços?
- Nos últimos 30 dias comprou produtos ou bens para formação de estoque? (sim, não)
- Quanto foi gasto, nos últimos 30 dias, na compra de produtos ou bens para formação de estoque?
- Qual o principal cliente para o qual vende produtos ou presta serviços? (indústria, atacadistas, varejistas, órgãos do governo, prestador de serviço, pessoas físicas, outros)

⁵ A principal característica da PPV é possuir um tamanho grande de questionário aplicado num número relativamente pequeno de domicílios.

- **Estrutura de custos da empresa** (cada entrevistado pode participar em até três pequenas empresas) (isto é, Empresa i (i=1,2,3) - Quanto gastou em?)
 - (salários, outras remunerações)
 - (matéria prima)
 - (compra de equipamento, local, terreno, veículo, maquinária)
 - (manutenção, obras)
 - (transporte)
 - (combustível)
 - (eletricidade)
 - (água)
 - (telefone)
 - (INSS, FGTS, PIS e outros encargos trabalhistas de empregados)
 - (seguro saúde)
 - (impostos)
 - (outros gastos)

Inventário de Ativos das Empresas (cada entrevistado pode participar em até três pequenas empresas) (isto é, Empresa i (i=1,2,3) - A empresa tem os seguintes itens? (sim, não) - Qual o valor dos seguintes ativos?

- (estoque de produtos ou bens)
- (ferramentas próprias)
- (veículos próprio (carro, caminhonete, motocicleta, etc)
- (móveis)
- (máquinas ou equipamentos próprios)
- (local ou terreno próprio)
- (outros bens duráveis necessários para o funcionamento da empresa)

PESQUISA SOBRE O SETOR INFORMAL DA REGIÃO METROPOLITANA DO RIO DE JANEIRO (INFORMAL)

METODOLOGIA

A pesquisa de Economia Informal Urbana do Rio de Janeiro visa captar o papel e a dimensão do setor informal na economia carioca. Procura-se identificar os proprietários de negócios informais: trabalhadores por conta própria e pequenos empregadores, nos domicílios em que moram, e através deles investigar as características de funcionamento das unidades produtivas.

A Informal-RJ é uma pesquisa por amostragem de domicílios situados em áreas urbanas, onde se busca identificar os trabalhadores por conta própria e empregadores com até 5 empregados em pelo menos uma situação de trabalho. Estes indivíduos, proprietários de unidades econômicas pertencentes ao âmbito da economia informal, deverão prestar informações detalhadas sobre as características de organização e funcionamento de seus empreendimentos.

Esta pesquisa é feita em duas etapas. Na primeira é feito um cadastro exaustivo dos domicílios situados nos setores selecionados para a amostra em que residam proprietários de unidades produtivas informais, como veremos a seguir. Na segunda fase, as entrevistas são realizadas nos domicílios. Procura-se combinar, no corpo do questionário, perguntas referentes não apenas ao indivíduo, mas também à firma ou ao negócio que opera, reconhecendo a existência, na prática, de empresas individuais e familiares e rompendo, com isso, a rigidez, por que artificial, de barreiras entre pesquisas domiciliares e pesquisas de estabelecimentos

O desenho da amostra

A pesquisa Informal/RJ é realizada utilizando uma amostra probabilística de domicílios, selecionados em dois estágios. No primeiro, são selecionadas as unidades primárias - os setores urbanos e, então, as unidades secundárias - os domicílios particulares e unidades de habitação em domicílios coletivos.

O primeiro passo do processo de seleção da amostra consistiu na estratificação dos setores urbanos em três grupos: alta, média e baixa renda, utilizando para isso a informação do rendimento da pessoa responsável pelo domicílio do Censo Demográfico de 1991. Pretendeu-se, dessa forma, obter conjuntos mais homogêneos de setores, reconhecendo-se que os proprietários do setor informal podem pertencer a qualquer classe de rendimento. Dentro de cada estrato, os setores foram selecionados com probabilidade proporcional ao total de unidades domiciliares ocupadas em 1991.

Nos setores selecionados foi realizada uma operação de listagem que visava identificar as unidades domiciliares que faziam parte do universo da pesquisa, isto é, aquelas que tinham moradores ocupados como conta própria ou empregadores com até 5 empregados em qualquer uma de suas situações de trabalho. Além disso, os domicílios de interesse da pesquisa foram classificados segundo o grupo de atividade a que pertenciam.

Uma vez realizada a listagem, as unidades domiciliares a serem entrevistadas foram selecionadas obedecendo ao seguinte critério. Definiu-se que seria 15, o número de domicílios selecionados por setor, os quais seriam distribuídos proporcionalmente entre os grupos de atividades existentes no setor.

A atividade de domicílio foi escolhida entre aquelas desenvolvidas por seus moradores que eram proprietários de negócios informais - trabalhadores por conta própria e empregadores com até 5 empregados. Entretanto, como em cada domicílio os diversos moradores podem desenvolver atividades diferentes, houve necessidade de estabelecer uma ordenação de prioridades entre elas. Isso porque, para efeito de seleção da amostra de domicílios, precisamos dar oportunidade de seleção aos domicílios cujas atividades são menos frequentes. Caso contrário, sabemos de antemão, que as atividades de prestação de serviços e comércio, que são as mais frequentes entre as pessoas ocupadas e, em especial no caso de conta própria e pequenos empregadores, teriam maior chance de serem escolhidas. Desse modo, o domicílio foi selecionado por determinada atividade, embora na entrevista, quando da aplicação do questionário, tenham sido consideradas as outras atividades exercidas pelos demais moradores que eram conta própria ou pequenos empregadores.

Data e período de referência

A pesquisa das características individuais e das unidades econômicas teve como referência o mês de outubro de 1994. Apenas para algumas informações referentes à empresa, como investimentos feitos no ano, dificuldades enfrentadas e o comportamento do negócio no ano referem-se ao período novembro de 1993 a outubro de 1994, e para os quesitos relativos à obtenção de créditos considera-se como referência agosto de 1994 a outubro de 1994.

Reedição da Pesquisa

Uma nova pesquisa do Setor Informal já foi a campo durante o ano de 1997, agora cobrindo o conjunto das nove regiões metropolitanas brasileiras portanto a análise da pesquisa carioca apresenta-se como um preparativo para a análise de dados no universo paulistano que estará disponível durante o ano de 1998.

CONCEITOS E DEFINIÇÕES

Empregador:

Pessoa que trabalhava em seu próprio empreendimento, explorando uma atividade econômica com, pelo menos, um empregado e, no máximo, 5 empregados.

Conta própria:

Pessoa que trabalhava explorando seu próprio empreendimento, sozinha ou com sócio, sem ter empregados e contando, ou não, com a ajuda de trabalhador não remunerado.

Empresas do setor informal:

Empreendimento, instituição, firma ou negócio, ou ainda, a atividade econômica desenvolvida, individualmente ou com a ajuda de outras pessoas (sócios, empregados ou trabalhadores não remunerados), com ou sem estabelecimento, de propriedade de trabalhadores com até 5 empregados, independentemente do número de sócios e trabalhadores não remunerados.

As empresas do setor informal podem ser classificadas segundo a posição na ocupação de seus proprietários (empresas de conta própria e empresas de empregados) ou segundo sua constituição jurídica.

Atividade:

A classificação da atividade foi obtida através da identificação da finalidade ou ramo de negócio, firma ou empresa do empregador ou da natureza da atividade exercida para a pessoa que trabalha por conta própria.

Receita mensal:

Valor total recebido de clientes pelas vendas efetuadas de produção própria ou de mercadorias para revenda ou pelos serviços prestados, no mês de outubro de 1994, sem descontar as despesas recessivas do desenvolvimento da atividade.

Despesa mensal:

Valor dos gastos que a unidade produtiva teve no mês de outubro para desenvolver a atividade. São identificadas segundo os itens: matéria-prima; mercadoria para revenda; mão-de-obra (salários, comissões, etc.); encargos sociais; luz, água e telefone; aluguel de imóveis; aluguel de máquinas e equipamentos; aluguel de veículos; combustível; serviços de reparação e manutenção; outros serviços de terceiros; impostos e taxas; outros.

Equipamentos e instalações:

Valor dos equipamentos e instalações utilizados para desenvolver a atividade produtiva, que são de propriedade dos informantes. Entre as despesas do setor informal é freqüente a utilização de equipamentos de terceiros, alugados ou cedidos. Neste caso seu valor não está sendo considerado, há apenas a informação quanto a sua utilização.

Pessoas ocupadas nas empresas informais:

Pessoas que trabalharam nas empresas informais no mês de outubro, qualquer que seja este período.

Este trabalho teve o objetivo de subsidiar a aplicação de políticas públicas para as microempresas pobres da Rocinha, enfatizando a análise dos recursos e das atitudes dos microempresários.

Os principais resultados desse estudo indicam que:

Os microempresários da Rocinha em sua maioria atuam como biscateiros, pequeno ou micro proprietário ou autônomos; pertencem ao sexo masculino, apesar da existência significativa da participação feminina; são casados/união livre; tem filhos; tem imóvel próprio; apresentam baixa escolaridade (78,4% alcança no máximo o 1^o grau); e recebem no máximo 1500 reais como renda mensal familiar (vale ressaltar, que 45,8% situam-se na faixa de rendimentos de 200 a 800 reais apenas).

Podemos verificar que nas microempresas da Rocinha a atividade de vendas supera a atividade de serviços, e que as microempresas normalmente realizam somente sua atividade principal, sem obterem outras fontes de renda. Geralmente, as microempresas funcionam sem receberem o auxílio de outros funcionários, além de seus próprios familiares, ou quando contratam, limitam-se a apenas 1 ou 2 funcionários. Nota-se ainda, que as pequenas empresas consideram que exista sazonalidade nos negócios, e que as melhores épocas para o desenvolvimento de suas atividades sejam o mês de dezembro, o fim de ano, o verão e o ano novo.

Notamos várias diferenças entre as atividades de vendas e serviços desenvolvidas pelos microempresários da Rocinha, tais como:

(i) Enquanto o público principal das microempresas da atividade de serviços é constituído principalmente de conhecidos e vizinhos, nas vendas são basicamente os passantes que formam tal público;

(ii) Quanto ao local de atendimento, as vendas são basicamente realizadas em lojas/oficinas ou em barracas fixas ou móveis, mas os serviços são feitos de casa em casa, em casa ou loja/ oficina.

(iii) Em geral, as microempresas da atividade de serviços não facilitam o pagamento, mas aquelas que trabalham com vendas normalmente vendem fiado (48%), aceitam cheques pré-datado, pagamentos em prestações ou por encomenda.

Entretanto, as microempresas da atividade de vendas não produzem o que vendem, mas compram seus produtos fora da Rocinha e utilizando o pagamento à vista, ou seja, não recebem crédito.

O nascimento das microempresas é basicamente motivado pelo desemprego, pela necessidade de se aumentar a renda familiar e pelo desejo de “trabalhar por conta-própria” (independência). Quanto à origem dos recursos usados pelos microempresários, destacam-se: recursos próprios (47,25%) e FGTS e rescisão de contratos (12,78%). Pode-se dizer que os bancos não concedam crédito para abertura dos negócios dos micromepresários da Rocinha.

Podemos concluir que as microempresas nascem ou os empregados tornam-se seus próprios patrões por dois motivos:

- (i) Os trabalhadores desempregados que tem oportunidade de abrir seu próprio negócio com a indenização recebida por rescisão de contrato;
- (ii) Os empregados que adquirem experiência, poupam recursos e abrem suas microempresas.

Portanto, como o nascimento das microempresas está muito atrelado à formação de poupança própria e não ao financiamento concedido pelos bancos, o principal impedimento ao nascimento das microempresas é a escassez de capital financeiro. Além do capital financeiro, existem também outras dificuldades : a falta de clientela (aspectos mercadológicos) e a falta de capital físico permanente (máquinas, equipamentos, ferramentas, local de trabalho, etc.)

Apesar do principal entrave ao nascimento e à expansão das microempresas ser a escassez de capital, a principal restrição imposta ao funcionamento das microempresas é a falta de clientes. Como o principal público das microempresas é constituído de vizinhos e conhecidos, as microempresas acabam vendendo fiado e arcando com calotes. Podemos citar ainda, que a pouca clientela acarreta também muita concorrência entre as microempresas. Além disso, o funcionamento das microempresas é também afetado pela escassez de capital de giro.

Logo, podemos concluir que as políticas públicas mais adequadas para a superação das restrições efetivas impostas ao nascimento, ao funcionamento e à expansão das pequenas empresas da Rocinha, são as políticas de micro-crédito produtivo popular.