

CAMMPI - Comissão de Articulação e Mobilização dos Moradores
da Península de Itapagipe

ECONOMIA POPULAR NA PENÍNSULA DE ITAPAGIPE:
O TRABALHO POR CONTA PRÓPRIA

ASSESSORIA:

UCSal - Universidade Católica do Salvador

CAPINA: Cooperação e apoio a projetos de inspiração alternativa

APOIO

CESE - Coordenadoria Ecumênica de Serviço

Salvador, março de 2002

**ECONOMIA POPULAR NA PENÍNSULA DE ITAPAGIPE:
O TRABALHO POR CONTA PRÓPRIA**

Promoção:

CAMMPI - Comissão de Articulação e Mobilização dos Moradores da Península de Itapagipe

Assessoria:

UCSal - Universidade Católica do Salvador

CAPINA - Cooperação e Apoio a Projetos de Inspiração Alternativa

Apoio: *CESE - Coordenadoria Ecumênica de Serviço*

Coordenação Técnica:

Núcleo de Estudos do Trabalho da UCSal

Programa Economia dos Setores Populares

Coordenação: Gabriel Kraychete

Estagiários: Anne Guiomar; Emília Pires; Thiala Lago; Vilson Almeida

ECONOMIA POPULAR NA PENÍNSULA DE ITAPAGIPE: O TRABALHO POR CONTA PRÓPRIA
(Dados parciais e preliminares)

Este texto contém alguns resultados preliminares da pesquisa realizada na Península de Itapagipe sobre a situação dos trabalhadores por conta própria que exercem uma atividade de forma individual ou familiar.

A Península de Itapagipe engloba 14 bairros, contendo uma população de 142.291 habitantes. O levantamento dos dados, através de pesquisa domiciliar, ocorreu no período de janeiro a março de 2001, em áreas delimitadas nos cinco bairros mais densamente povoados da Península (Uruguai, Mangueira, Jardim Cruzeiro, Baixa do Petróleo e Área da Mudança). Num universo de 9.152 famílias residentes, foi selecionada uma amostra de 1.453 domicílios proporcionalmente distribuída entre o número de domicílios de cada sub-área.

A proposta da pesquisa foi uma iniciativa da CAMMPI - Comissão de Articulação e Mobilização dos Moradores da Península de Itapagipe¹, instigada por uma realidade onde o aumento do desemprego e a crescente dificuldade em encontrar um emprego regular assalariado, empurram parcelas cada vez maiores da população para formas alternativas de ocupações. Às pessoas que sempre viveram de trabalhos informais, sobretudo através das ocupações por conta própria, soma-se um novo contingente composto pelos trabalhadores expulsos do emprego e pelas pessoas que ingressam no mercado de trabalho a cada ano.

A pesquisa foi realizada conjuntamente pela CAMMPI e pela UCSal - Universidade Católica do Salvador, em parceria com a CAPINA - Cooperação e Apoio a Projetos de Inspiração Alternativa e com o apoio da CESE - Coordenadoria Ecumênica de Serviço.

Os dados que seguem expressam uma sistematização parcial dos resultados da pesquisa.

- O trabalho por conta própria nas áreas pesquisadas é realizado sobretudo pelas mulheres, que representam quase 64% dos empreendimentos populares (gráfico 1);
- O gráfico 2 indica que 39% dos trabalhadores por conta própria possuem uma idade entre 25 e 39 anos e 47,5% possuem 40 anos ou mais. Ou seja, face as imposições do mercado de trabalho, estas pessoas dificilmente terão alguma chance de encontrar algum emprego assalariado regular. Esta impossibilidade tende a se confirmar quando se constata que mais de 50% dos trabalhadores por conta própria possuem um nível de escolaridade que não ultrapassa o primeiro grau incompleto (gráfico 3).

¹ A CAMMPI foi criada em outubro de 1998, com a participação de 23 organizações associativas da Península, tendo por objetivo impulsionar o desenvolvimento local através da mobilização e articulação dos moradores de Itapagipe.

- É grande o número de trabalhadores por conta própria que começou a trabalhar ainda criança. 21% dos entrevistados começaram a trabalhar com menos de 10 anos de idade e mais de 37% entre 10 e 14 anos (gráfico 4). Como era de se esperar, a Tabela 4 revela uma nítida relação entre o grau de escolaridade e a idade em que as pessoas começaram a trabalhar: quanto menor o grau de instrução, mais cedo a idade em que se começou a trabalhar (52% dos trabalhadores sem instrução começaram a trabalhar com menos de 10 anos de idade).
- Quanto ao tipo de atividade que realizam, a tabela 1 indica que cerca de 50% das ocupações estão relacionadas com a produção e venda de alimentos (bar, lanchonete, restaurante, mercearia, padaria, produção e venda de acarajé, "geladinho", sorvete, etc). Ou seja, trata-se de uma atividade realizada por pessoas pobres para abastecer outras pessoas pobres, já que a despesa com alimentação compromete a maior parte da renda dos moradores dos bairros populares. Chama a atenção que quase 12% dos entrevistados dedicam-se a produção e venda de "geladinho". 78% dos que se dedicam a esta atividade (em sua grande parte mulheres) auferem uma renda mensal de no máximo R\$50,00. O que espanta, entretanto, não é que a venda de "geladinho" proporcione um renda tão baixa. Isso já era de se esperar. O que surpreende é que um número tão grande de pessoas (quase 50%) permaneçam neste tipo de atividade há mais de 10 anos. Em geral, diferentemente do que usualmente se pensa, é grande o número dos entrevistados que permanece no mesmo tipo de trabalho há muito tempo: 28,5% desenvolvem o mesmo trabalho por conta própria há mais de 10 anos. Este percentual aumenta para mais de 43% quando se inclui as pessoas que estão na mesma atividade há mais de 5 anos. (gráfico 7)
- Além de começar a trabalhar ainda criança ou bem jovem, o trabalhador por conta própria possui uma jornada de trabalho muito longa: 75% trabalham 8 horas ou mais por dia (gráfico 6). E devem trabalhar sempre, pois 85,5% não contribuem para Previdência Social. Vivem, portanto, sempre na incerteza do dia de amanhã e enfrentam uma permanente insegurança face a ameaça de doenças ou acidentes que interrompam o seu trabalho.
- Em geral, o trabalho é realizado no próprio domicílio e os clientes são os moradores do próprio bairro (gráficos 10 e 11) Configura-se um circuito de pobre trabalhando para pobre, onde 47% dos entrevistados possuem uma renda mensal de, no máximo, até R\$100,00, correspondendo a cerca de 66% do valor nominal do salário-mínimo vigente no momento da pesquisa (R\$151,00). Naquela mesma época, o valor da cesta básica² em Salvador, calculado pelo DIEESE, era de R\$89,00. A situação torna-se mais dramática quando se constata que 33% dos entrevistados possuem uma renda familiar per capita de até R\$50,00. Este percentual sobe para 63% quando se considera uma

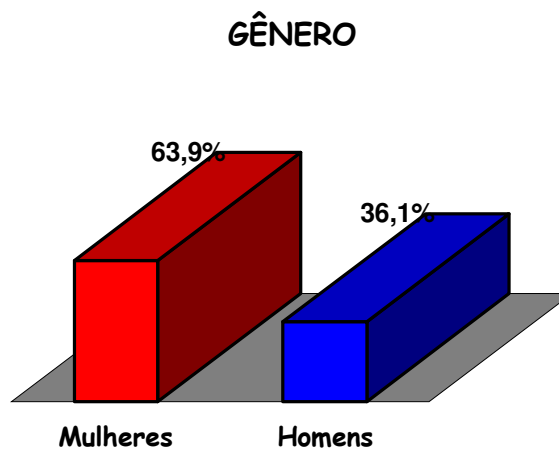
² A Cesta Básica é composta pelos seguintes produtos: carne, leite, feijão, arroz, farinha, batata, tomate, pão, café, banana, açúcar, óleo e manteiga.

renda familiar per capita de até R\$100,00 (gráficos 12 e 13). Isto significa que cada integrante da família dispõe, no máximo, de R\$3,33 por dia para as despesas necessárias à sua subsistência. Em termos objetivos, a condição da sobrevivência destas pessoas é a deterioração da sua qualidade de vida.

- Em seu conjunto, estes dados evidenciam as carências e dificuldades dos trabalhadores por conta própria, contrastando com o discurso do empreendedorismo. O gráfico 5 revela que o desemprego foi o principal motivo para os entrevistados trabalharem por conta própria (mais de 56%). É interessante observar, entretanto, que quando indagados sobre os seus planos para o futuro, quase 37% responderam que pretendem ampliar o negócio e 18% pretendem permanecer como estão. Menos de 1/4 declararam que pretendem mudar de atividade e procurar emprego assalariado. Mas, quando indagados sobre o que fazer para ampliar o seu negócio, 65% não sabem ou não responderam e 20% acreditam que o crédito seria a condição para viabilizar este crescimento (Tabela 3). Ou seja, entre o drama do desemprego e os planos para o futuro (gráfico 14), as pessoas acalentam o sonho de ampliação do próprio negócio, que mal e precariamente vai permitindo a reprodução de suas vidas. Planos de quem sabe, porque sente na luta cotidiana pela vida, que são cada vez mais fugidias as esperanças de um emprego regular no mercado formal de trabalho.

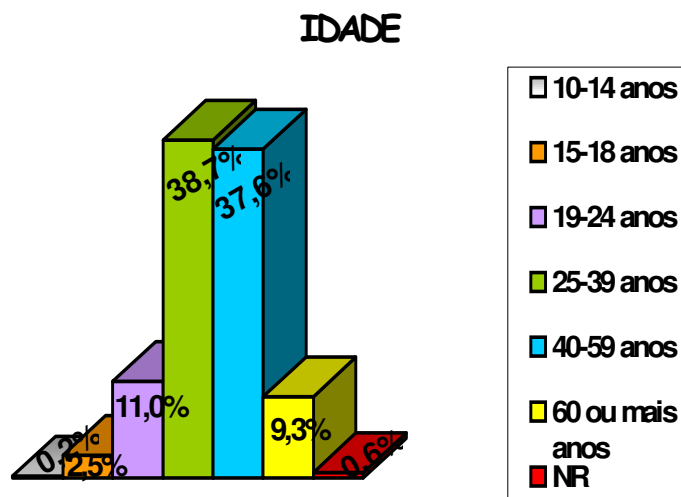
PENÍNSULA DE ITAPAGIPE
 PERFIL DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS POPULARES

Gráfico 1



Fonte: CAMMPI, UCSal. Pesquisa Direta , 2001.

Gráfico 2

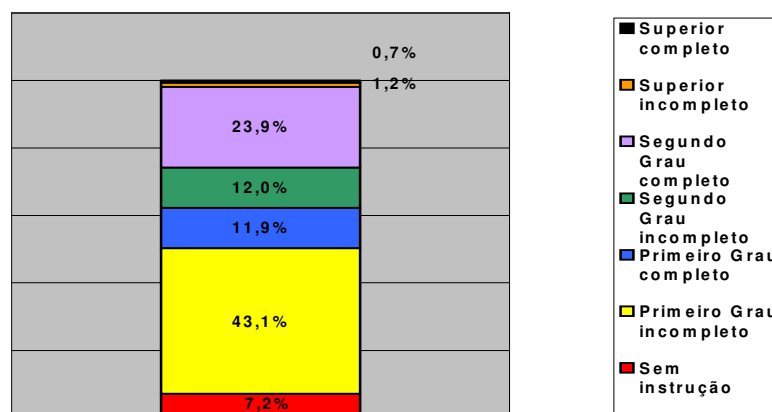


Fonte: CAMMPI, UCSal. Pesquisa Direta , 2001.

**PENÍNSULA DE ITAPAGIPE
PERFIL DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS POPULARES**

Gráfico 3

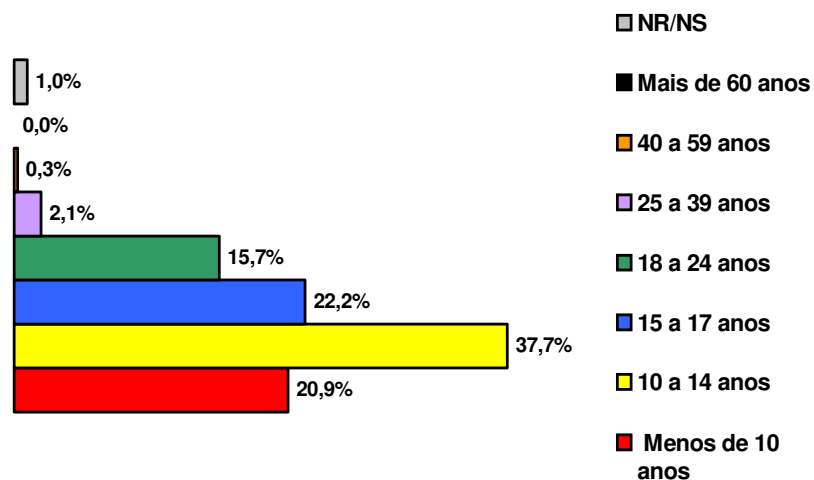
ESCOLARIDADE



Fonte: CAMMPI, UCSal. Pesquisa Direta , 2001.

Gráfico 4

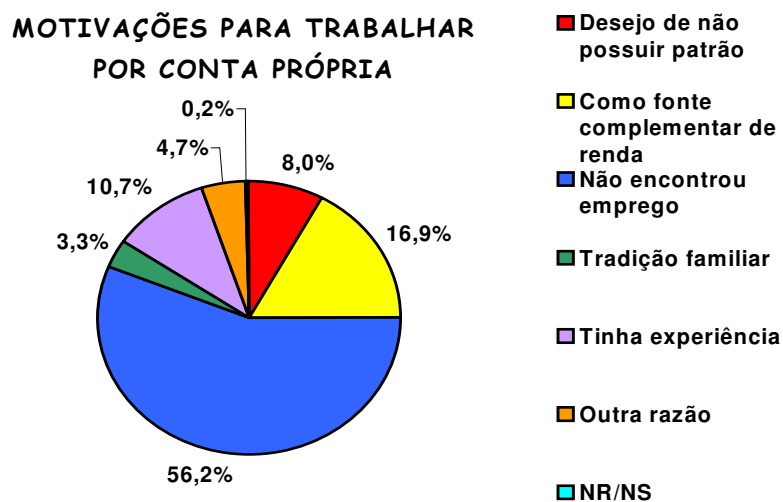
IDADE QUE COMEÇOU A TRABALHAR



Fonte: CAMMPI, UCSal. Pesquisa Direta , 2001.

PENÍNSULA DE ITAPAGIPE
PERFIL DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS POPULARES

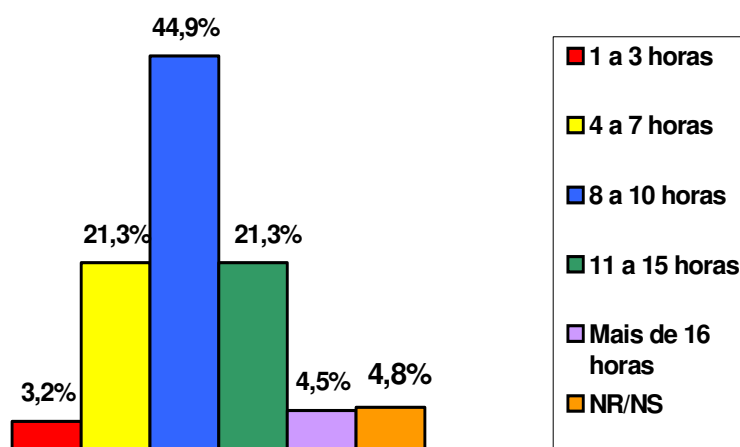
Gráfico 5



Fonte: CAMMPI, UCSal. Pesquisa Direta , 2001.

Gráfico 6

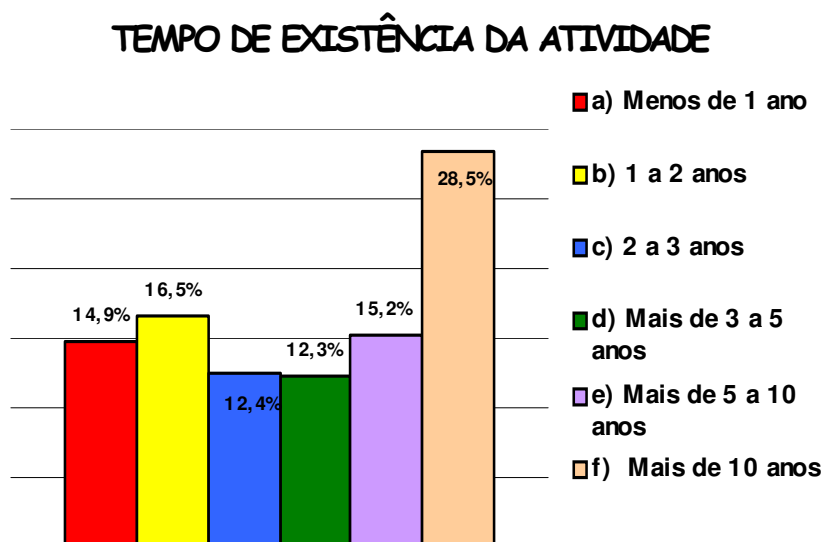
HORAS DE TRABALHO POR DIA



Fonte: CAMMPI, UCSal. Pesquisa Direta , 2001.

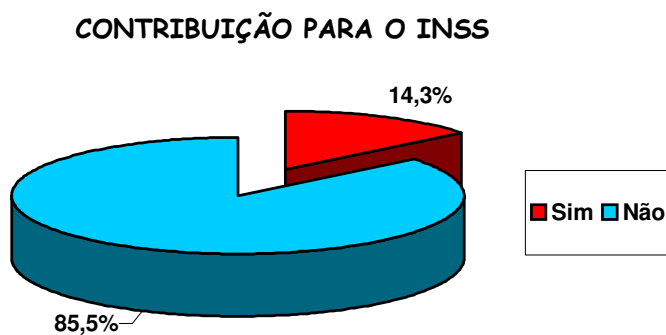
PENÍNSULA DE ITAPAGIPE
PERFIL DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS POPULARES

Gráfico 7



Fonte: CAMMPI, UCSal. Pesquisa Direta , 2001

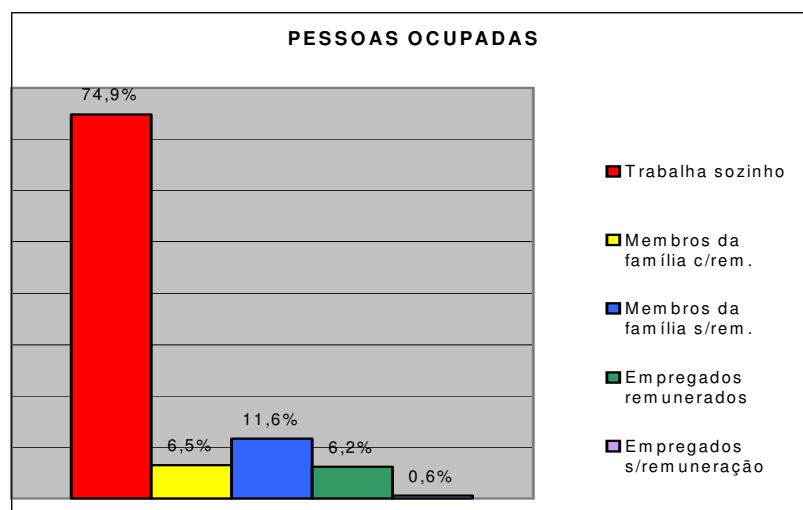
Gráfico 8



Fonte: CAMMPI, UCSal. Pesquisa Direta , 2001

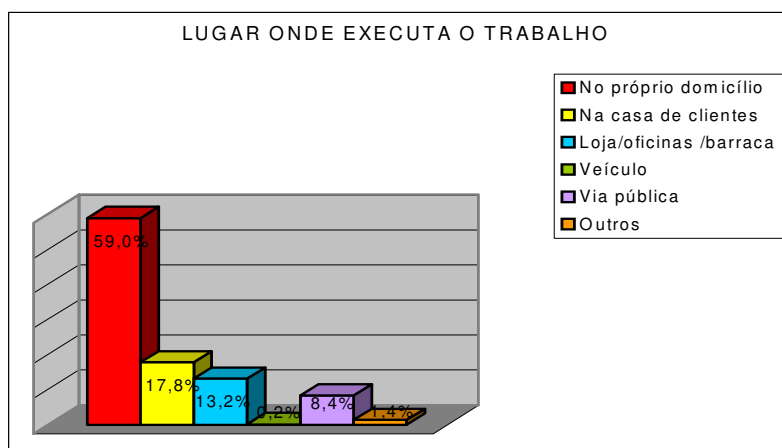
PENÍNSULA DE ITAPAGIPE PERFIL DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS POPULARES

Gráfico 9



Fonte: CAMMPI, UCSal. Pesquisa Direta, 2001

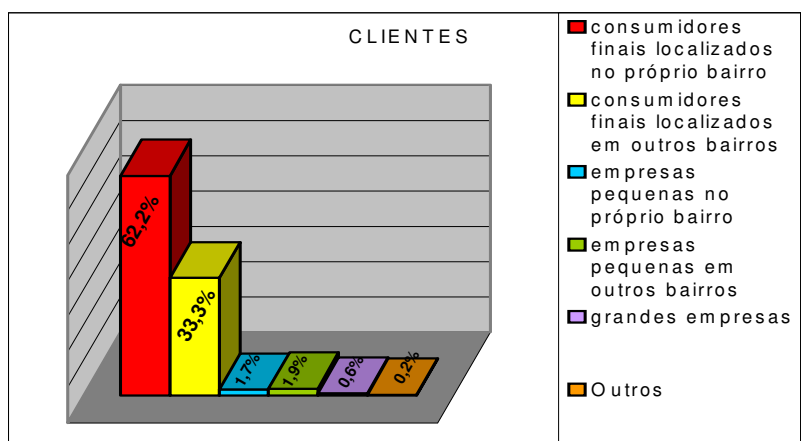
Gráfico 10



Fonte: CAMMPI, UCSal. Pesquisa Direta, 2001

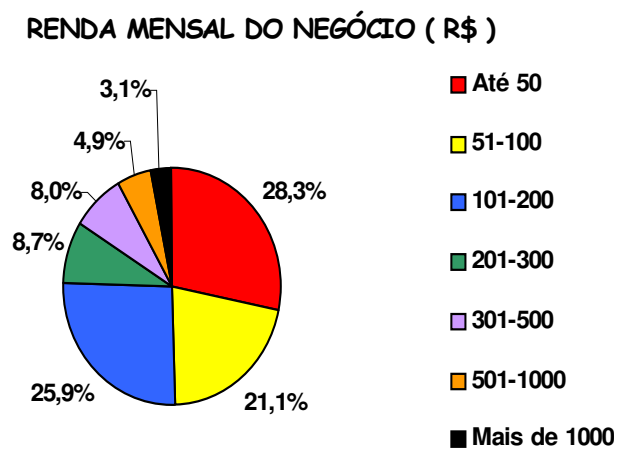
PENÍNSULA DE ITAPAGIPE
PERFIL DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS POPULARES

Gráfico 11



Fonte: CAMMPI, UCSal. Pesquisa Direta , 2001

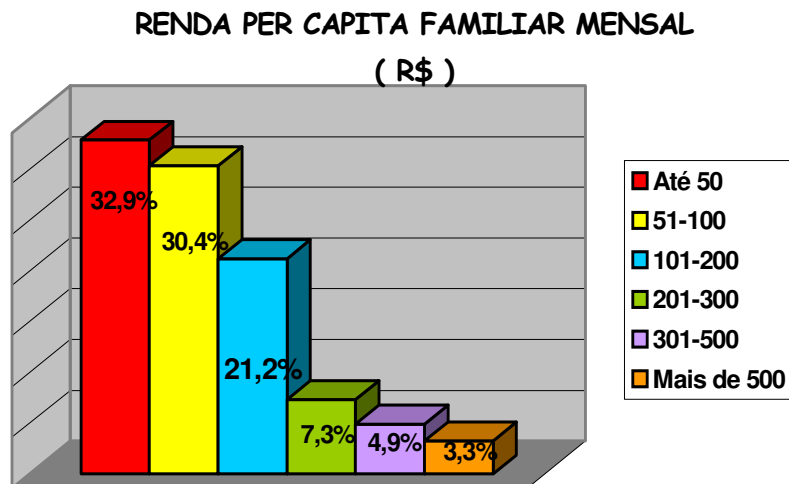
Gráfico 12



Fonte: CAMMPI, UCSal. Pesquisa Direta , 2001

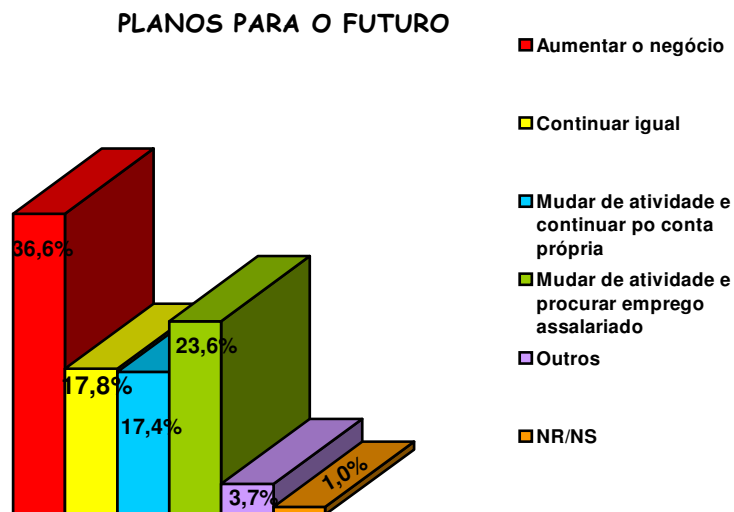
PENÍNSULA DE ITAPAGIPE
PERFIL DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS POPULARES

Gráfico 13



Fonte: CAMMPI, UCSal. Pesquisa Direta , 2001

Gráfico 14



Fonte: CAMMPI, UCSal. Pesquisa Direta , 2001.

PENÍNSULA DE ITAPAGIPE
PERFIL DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS POPULARES

TABELA 1
ATIVIDADES REALIZADAS POR CONTA-PRÓPRIA

Tipo de atividade	Porcentagem
Bar, Lanchonete e Restaurante	20,9%
Venda de Acarajé e Abará	1,7%
Venda de Geladinho, Picolé e Sorvete	11,8%
Venda de Doces de Bomboniere	4,5%
Açougue/ Abatedouro	0,3%
Venda de frutas e verduras	3,1%
Mercearia/ Mercadinho/ Padaria	6,4%
Armarinho	2,8%
Venda de Material de Construção	0,4%
Venda de Produtos de Beleza	4,1%
Vendas de Jornais, Revistas e Livros	0,4%
Camelô	1,0%
Fabricação / Artesanatos e Bijouterias	1,2%
Confecções e Calçados	4,9%
Produção /Venda de produtos de Limpeza	1,1%
Serviços Domésticos	7,2%
Serviços de Beleza	8,1%
Locação de Vídeo / Fitas de Vídeo Game	0,5%
Jogos Eletrônicos e Loterias	1,6%
Reparação e Limpeza de veículos	3,2%
Conserto de Eletrodomésticos	1,6%
Chaveiro/ Relojoeiro/Amolador/Sapateiro	0,6%
Serviço de filmagem e fotografia	0,6%
Serviços Profissionais Especializados	6,0%
Atividades de Ensino	1,7%
Artes Gráficas e Estampas	0,7%
Buffet, ornamentação e Decorações.	1,0%
Catador de lata/ Sucateiro	0,5%
Pescador/ Marisqueiro	0,3%
Outros	1,9%
TOTAL	100,0%

PENÍNSULA DE ITAPAGIPE
PERFIL DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS POPULARES

Tabela 2

RENDA SEGUNDO O TIPO DE ATIVIDADE

ATIVIDADE	RENDA - R\$						
	até 50	51 a 100	101 a 200	201 a 300	301 a 500	501 a 1000	mais de 1000
Bar, lanchonete e restaurante	23,0%	13,5%	32,4%	6,8%	13,5%	4,1%	6,8%
Venda de bebidas, lanches e marmitas	28,0%	24,6%	22,9%	11,9%	5,9%	5,1%	1,7%
Venda de acarajé e abará	20,0%	25,0%	25,0%	10,0%	10,0%	10,0%	0,0%
Venda de geladinho, picolé e sorvete	78,9%	13,8%	5,5%	0,9%	0,9%	0,0%	0,0%
Venda de doces e balas	36,8%	26,3%	21,1%	2,6%	5,3%	2,6%	5,3%
Açougue/ abatedouro	0,0%	0,0%	25,0%	25,0%	0,0%	25,0%	25,0%
Venda de frutas, verduras e legumes	27,3%	18,2%	33,3%	6,1%	9,1%	3,0%	3,0%
Mercearia/mercadinho/padaria	21,0%	12,9%	29,0%	11,3%	11,3%	4,8%	9,7%
Armarinho	13,3%	26,7%	26,7%	0,0%	16,7%	10,0%	6,7%
Venda de material de construção	40,0%	0,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%
Venda de produtos de beleza	24,5%	40,8%	28,6%	4,1%	0,0%	0,0%	2,0%
Vendas de jornais, revistas e livros	16,7%	0,0%	33,3%	0,0%	33,3%	16,7%	0,0%
Camelô	41,7%	0,0%	41,7%	8,3%	0,0%	8,3%	0,0%
Artesanato	21,4%	14,3%	35,7%	14,3%	7,1%	7,1%	0,0%
Confecções e calçados	19,1%	10,6%	25,5%	6,4%	19,1%	8,5%	10,6%
Produção /venda de produtos de limpeza	45,5%	27,3%	27,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Serviços domésticos	25,8%	40,9%	28,0%	5,4%	0,0%	0,0%	0,0%
Serviços de beleza	36,8%	32,6%	20,0%	6,3%	2,1%	2,1%	0,0%
Locação de vídeo	0,0%	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Jogos Eletrônicos e loterias	14,3%	14,3%	42,9%	9,5%	9,5%	4,8%	4,8%
Reparação e limpeza de veículos	8,1%	13,5%	24,3%	29,7%	13,5%	10,8%	0,0%
Conserto de Eletrodomésticos	12,5%	6,3%	50,0%	6,3%	12,5%	12,5%	0,0%
Chaveiro/ Relojoeiro/Amolador	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Sapateiro	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Serviço de filmagem e fotografia	14,3%	14,3%	42,9%	0,0%	0,0%	14,3%	14,3%
Serviços profissionais especializados	6,0%	12,0%	26,0%	22,0%	20,0%	10,0%	4,0%
Pedreiro	5,0%	0,0%	35,0%	25,0%	20,0%	15,0%	0,0%
Atividades de ensino	26,3%	26,3%	26,3%	15,8%	5,3%	0,0%	0,0%
Artes Gráficas e estampas	0,0%	0,0%	25,0%	12,5%	25,0%	37,5%	0,0%
Buffet, ornamentação e decorações.	0,0%	7,1%	50,0%	7,1%	7,1%	21,4%	7,1%
Catador de lata/ Sucateiro	50,0%	25,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Pescador/ Marisqueiro	0,0%	33,3%	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Outros	26,1%	17,4%	30,4%	0,0%	17,4%	4,3%	4,3%

Fonte: CAMMPI, UCSal. Pesquisa direta, 2001.

PENÍNSULA DE ITAPAGIPE
PERFIL DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS POPULARES

Tabela 3

INICIATIVAS PARA AUMENTAR O NEGÓCIO

Iniciativas	Porcentagem
Tomar empréstimo	20,5%
Poupar	2,8%
Reformar/mudar de lugar	7,0%
Investir em propaganda	0,3%
Diversificar a produção	0,8%
Investir em máquinas e equipamentos	1,2%
Contratar pessoal	0,4%
Fazer sociedade	0,3%
Tomar cursos	0,6%
Outros	0,8%
Não sabe/não respondeu	65,3%
TOTAL	100,0%

Fonte: CAMMPI, UCSal