

Análise do comércio e dos serviços nos empreendimentos do Programa Minha Casa, Minha Vida (PMCMV): estudo de caso do Residencial Vista Bela - Londrina, PR

Analysis of trade and service in enterprises of the “Minha Casa, Minha Vida” Program (PMCMV): case study of Vista Bela Residential - Londrina, PR

**Thaís Nunes Vicentim
Milena Kanashiro**

Resumo

O presente trabalho insere na discussão dos espaços habitacionais oferecidos à população que recebe de 0 a 3 salários mínimos a emergência de estabelecimentos de comércio e de serviços. O objetivo principal desta pesquisa é compreender o papel social e espacial do setor terciário nos empreendimentos do programa Minha Casa, Minha Vida (PMCMV) a partir de um estudo de caso realizado no Residencial Vista Bela, com 2.712 unidades, em Londrina, PR. Os instrumentos de coleta de dados abrangeram o monitoramento in loco de outubro de 2012 a julho de 2014 e a aplicação de dois questionários, o primeiro distribuído a 51 comerciantes, e o segundo, a 188 moradores. Verificou-se um aumento de 300% no número de unidades que agregaram comércio à residência em três anos. Os resultados proporcionam o entendimento da formação tanto da demanda como da oferta no mercado de bens do Residencial Vista Bela, bem como da estratégia para geração de renda. A pesquisa contribui para elucidar possíveis reavaliações da política habitacional e fomentar discussões a respeito do setor terciário em empreendimentos do PMCMV, a partir do entendimento das áreas de comércio e serviços como um dos componentes necessários ao habitar.

Palavras-chaves: Comércio e serviços. Habitação de Interesse Social. Programa Minha Casa, Minha Vida.

Abstract

This study introduces the issue of the emergence of retail businesses and services to the discussion about the housing offered to low-income populations (zero to three minimum wages). The main aim of this research project is to understand the socio-spatial role of the tertiary sector in the projects of the Minha Casa, Minha Vida program (MCMV), using a case study carried out at the Residencial Vista Bela project, which has 2712 units, in Londrina - PR. The data collection tools were on-site monitoring, from October 2012 to July 2014, and the application of two (2) questionnaires. The first questionnaire was distributed to 51 traders and the second questionnaire, to 188 local residents. The results showed a 300% increase in the number of units that added space for commerce in the three years of existence of the housing project. These results provided an understanding both of the formation of offer and demand in the Residencial Vista Bela market of goods, and of the income generation strategy. This study contributes to potential reassessments of housing policy and encourages discussion about the tertiary sector in MCMV projects, based on an understanding of the trade and service areas as one of the components of a city's structure and organization, as a need of the residents that is beyond simple “shelter”.

Keywords: Trade and service. Social housing. Minha Casa, Minha Vida Program.

Thaís Nunes Vicentim
Universidade Estadual de Londrina
Londrina - PR - Brasil

Milena Kanashiro
Universidade Estadual de Londrina
Londrina - PR - Brasil

Recebido em 18/03/15
Aceito em 27/05/16

Introdução

Lançado pelo governo federal em 2009, o programa Minha Casa, Minha Vida (PMCMV) tem por finalidade a criação de mecanismos de incentivo à produção e à aquisição de novas unidades habitacionais pelas famílias com renda mensal de até 10 salários mínimos¹ (BRASIL, 2009). Esse programa apresentou avanços ao destinar grande volume de subsídios à habitação popular, tendo atingido a camada da população de 0 a 3 salários mínimos, até então não contemplada pelas iniciativas federais na área habitacional (ROLNIK, 2014).

No entanto, são várias as fragilidades, limitações e consequências do programa apontadas por diversos autores (ARANTES; FIX, 2009; BONDUKI, 2009; FERREIRA, 2012; CARDOSO; ARAGÃO, 2013; AMORE; SHIMBO; RUFINO, 2015). Entre as críticas evidenciam-se aquelas relativas aos agentes e ao processo de implementação dos empreendimentos na desarticulação do programa com a política urbana, na autonomia dada aos municípios, resultando no descompasso com o Plano Nacional de Habitação e no excessivo privilégio ao setor privado. Em relação à localização, verificou-se a inserção periférica agregada aos problemas gerados devido à grande escala dos empreendimentos, reforçando a produção de espaços segregados e de urbanização precária.

Especificamente em relação à análise dos projetos de empreendimentos, a Rede de Pesquisa Cidade e Moradia divulgou recentemente resultados de uma pesquisa realizada em seis estados brasileiros que avaliou empreendimentos do PMCMV em várias escalas: regional, municipal, do empreendimento e da unidade habitacional. Foram constatados problemas que evidenciam a negação do efetivo direito à cidade:

- (a) monofuncionalidade;
- (b) distância em relação a equipamentos públicos;
- (c) dificuldade de acesso à área de comércio e serviço e ao emprego;
- (d) verticalização de áreas periféricas;
- (e) desconexão com a malha urbana existente; padronização excessiva; e
- (f) baixa qualidade arquitetônica (AMORE; SHIMBO; RUFINO, 2015).

As pesquisas identificaram entre as modificações nas unidades residenciais a adaptação para agregar área de comércio e de serviços em vários empreendimentos de regiões metropolitanas investigadas: Rio do Janeiro (Ipê de Realengo), Fortaleza (Santo Agostinho, JB Girão e Escritores), Natal (Vivendas do Planalto, Residencial Vida Nova) e Belém (Jardim dos Ipês, Campo Grande, Bairro dos Minérios, Vale do Tocantins).

Apesar da identificação da manifestação do comércio como uma das necessidades geradas a partir da demanda por produtos do cotidiano, bem como da estratégia de geração de renda e sobrevivência, as pesquisas tinham como objetivo geral, de acordo com Amore (2015), fazer uma avaliação que abranja vários aspectos dos empreendimentos relacionados a questões como inserção urbana dos conjuntos habitacionais, padrões de uso e ocupação do solo, oferta de equipamentos públicos e áreas de lazer.

Sendo assim, este estudo² preenche uma lacuna específica no entendimento do fenômeno da emergência do comércio e de serviços em empreendimentos do PMCMV a partir dos seguintes questionamentos: quais são os fatores vinculados ao surgimento desses estabelecimentos? Qual é o perfil dos empreendedores? Quais os motivos iniciais para desenvolvimento da atividade comercial? Quais são os hábitos de consumo dos moradores?

O trabalho estabelece como objetivo principal a análise do papel social e espacial do setor terciário nesses empreendimentos. Tal temática agrega discussões interdisciplinares nas interfaces entre:

- (a) fundamentos microeconômicos – teoria de oferta e demanda do mercado de bens, os quais subsidiam o entendimento do comportamento do consumidor e do comerciante, e teorias do mercado de trabalho, na compreensão das relações entre empregador (demandante da força de trabalho) e empregado (ofertante da força de trabalho); e
- (b) fundamentos territoriais – amparam a discussão de localização e fluxos vinculados às questões socioculturais, considerando o setor terciário como espaços de sociabilidade e de lazer.

Portanto, para alcançar o objetivo principal foi necessário realizar um diagnóstico do setor

¹O PMCMV estabeleceu condições diferenciadas para aquisição das unidades habitacionais e definiu três faixas de renda com base no salário mínimo: Faixa 1 (de 0 a 3 salários mínimos); Faixa 2 (de 3 a 6 salários mínimos); e Faixa 3 (de 6 a 10 salários mínimos).

²Este artigo é um subproduto da dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Metodologia de Projeto (UEL-UEM), com financiamento de bolsas Capes e Fundação Araucária.

terciário e de seu mercado consumidor. Para isso se utilizou o estudo de caso como estratégia metodológica, por se tratar do entendimento de um fenômeno contemporâneo, complexo e inserido em determinado contexto real (YIN, 2001). Nesta pesquisa foi realizado o estudo de um único caso – o Residencial Vista Bela, em Londrina, PR –, construído na primeira fase do programa para a faixa 1 (zero a R\$ 1.600,00) e, na época de sua implantação, considerado o maior empreendimento do PMCMV no Brasil, com 2.712 unidades habitacionais.

Enquanto instrumento de coleta de dados, além do monitoramento in loco do surgimento do comércio realizado ao longo de 21 meses, foram aplicados dois questionários durante maio a julho de 2014: o primeiro, aos comerciantes; e o segundo, aos moradores. A aplicação de questionários aos empreendedores serviu para cotejar o levantamento de campo, caracterizar o setor terciário e diagnosticar o perfil. Foram aplicados questionários para todos os proprietários de comércio e serviços do bairro cujo rendimento representasse participação significativa na composição da renda familiar, e estes totalizaram 51 estabelecimentos.

O segundo questionário foi direcionado aos consumidores com objetivo de traçar o perfil socioeconômico da população, identificar necessidades e hábitos de consumo. Devido ao tamanho da população em estudo (2.712 unidades habitacionais), foi necessária a definição de uma amostra determinando a aplicação randômica de 188 questionários com os seguintes índices: 95% de confiança e 7% de margem de erro. As informações foram sistematizadas e analisadas com o auxílio dos softwares R e IBM SPSS Statistics.

Os resultados da análise específica do setor terciário em um empreendimento do PMCMV da Faixa 1 contribui para o entendimento das necessidades cotidianas de abastecimento da população, subsidia as discussões de emergência do comércio informal como estratégia de geração de renda e fornece evidências para inserir as questões de garantia do direito à cidade no que se refere ao acesso a outros componentes necessários ao habitar.

Desenvolvimento da pesquisa: estudo de caso no Residencial Vista Bela (Londrina, PR)

De acordo com o Plano Local de Habitação de Interesse Social (PLHIS), o déficit habitacional da

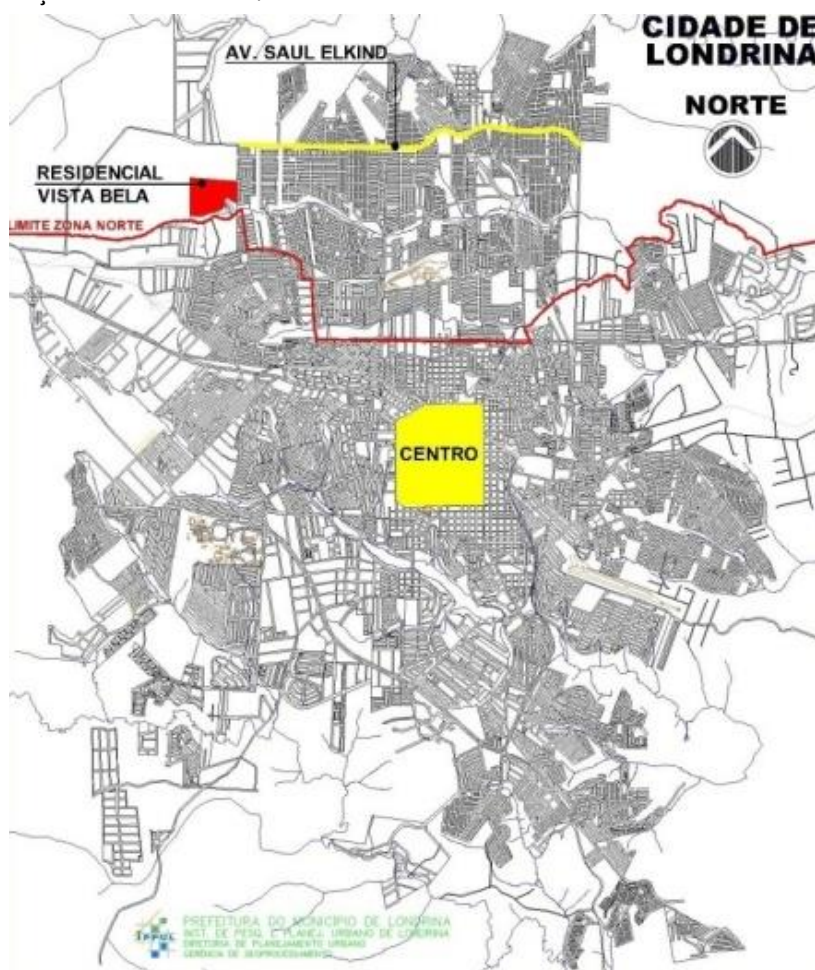
cidade de Londrina³, em 2011, era de 14 mil famílias. O documento apresenta como uma das diretrizes da COHAB-LD para sanar o déficit habitacional a produção de novos conjuntos com número elevado de unidades habitacionais, em áreas até então destinadas à atividade agrícola, próximas ao perímetro urbano e, preferencialmente, na zona norte da cidade (LONDRINA, 2011). Consequentemente, nessa principal zona de expansão para empreendimentos voltados à habitação de interesse social, desde a década de 1980, foi implantado o Residencial Vista Bela, para ratificar precariedades existentes na área.

A partir do lançamento do PMCMV, em 2009, três construtoras adquiriram um loteamento anteriormente aprovado e formaram um consórcio responsável pela incorporação, execução e gestão do empreendimento. A COHAB-LD, como ocorreu em outros programas de habitação, representou o agente promotor público, tendo ficado responsável apenas pelo cadastramento, seleção dos beneficiários e entrega das casas.

O projeto insere-se no loteamento contíguo à malha urbana, porém no extremo noroeste da cidade, caracterizado como uma região carente de urbanização. O empreendimento foi construído a uma distância aproximada de 8,5 km do centro histórico de Londrina, e a 3,5 km do eixo de comércio mais próximo, Avenida Saul Elkind (Figura 1). Observa-se sua implantação periférica, prática comum aos empreendimentos da faixa 1 do PMCMV em consequência do valor da terra (CARDOSO; ARAGÃO, 2013; AMORE; SHIMBO; RUFINO, 2015). Esse fator também é ressaltado por Rizek et al. (2015, p. 314), que afirma: “a distância em relação aos serviços, comércio e equipamentos públicos, redes de infraestrutura, incluindo vias e equipamentos de transporte público de massa”, passa a ser fator determinante de áreas “baratas” para abrigar a população carente de recursos. No caso do Residencial Vista Bela, a partir de dados cedidos pela COHAB-LD, Aragão (2014) discute a questão dos custos do terreno. Aqueles localizados na Zona Norte de Londrina, a uma distância entre 6,2 km e 8 km do centro, custam aproximadamente R\$ 1.000.000,00 por hectare, e a partir desse raio o valor negociado pelo terreno decresce para R\$ 600.000,00 por hectare.

³Londrina é considerada sede da região metropolitana e abrange os seguintes municípios: Jataizinho, Cambé, Ibiporã, Rolândia, Tamarana, Sertãoópolis e Bela Vista do Paraíso. No entanto, a conurbação se dá com os municípios de Cambé e Ibiporã, e verificam-se os questionamentos da anexação de municípios para formatar a RML (CUNHA, 2005).

Figura 1 - Localização do Residencial Vista Bela em Londrina



Fonte: adaptado do mapa-base do IPPUL.

Em relação à análise espacial do empreendimento Residencial Vista Bela, observa-se a destinação de áreas fragmentadas⁴ para equipamentos públicos comunitários⁵, áreas de espaços livres de lazer adjacentes à área de preservação permanente e a não consideração de diretrizes de projetos já aprovados por lei⁶ (Figura 2). Apesar de a análise prévia indicar a necessidade de áreas de

equipamentos comunitários destinados à educação, a aprovação conjunta com outro empreendimento localizado ao norte revela o comprometimento entre os agentes públicos e privados para a captação dos recursos e viabilização do empreendimento. Procedimentos similares foram identificados em outros empreendimentos do país na flexibilização das leis urbanísticas vigentes (PEQUENO; ROSA, 2015); na ampliação do perímetro urbano (LIMA et al., 2015); e na priorização e agilidade da análise dos projetos (CARDOSO; QUEIROZ E MELLO; JAENISH, 2015). Esses processos reforçam a tendência constatada nos empreendimentos em que o poder público muitas vezes fez o papel de agente facilitador para a implementação dos novos conjuntos habitacionais do programa (CARDOSO; LAGO, 2013).

⁴Verifica-se a destinação de três áreas em locais de declividade acentuada com as seguintes dimensões, perfazendo um total de 1.761,84 m²: o terreno 1, com 589,82 m²; o terreno 2, com 648,83 m²; e o terreno 3, com 523,19 m². Percebe-se que essas áreas seriam insuficientes para a demanda planejada, necessária para a construção de uma escola de ensino fundamental. Em 2013, cerca de R\$ 128.000,00 mensais foram gastos pelo poder público municipal para transporte escolar dos 987 alunos moradores do Vista Bela (CALSAVARA, 2013).

⁵Na época da aprovação do empreendimento foi solicitada apenas uma carta à gestão municipal com o compromisso de construir os equipamentos públicos comunitários, sem ter destinado áreas específicas suficientes para os equipamentos necessários, de acordo com a densidade populacional prevista.

⁶A Av. Giocondo Maturi pertence ao projeto de lei que instituiu o Anel do Emprego, cuja ocupação lindeira deveria considerar áreas de comércio, serviço e indústria, e a habitação deveria ser agregada para contemplar o desenvolvimento econômico e social das regiões periféricas da cidade.

Figura 2 - Parcelamento do Vista Bela, com identificação de praças e áreas públicas



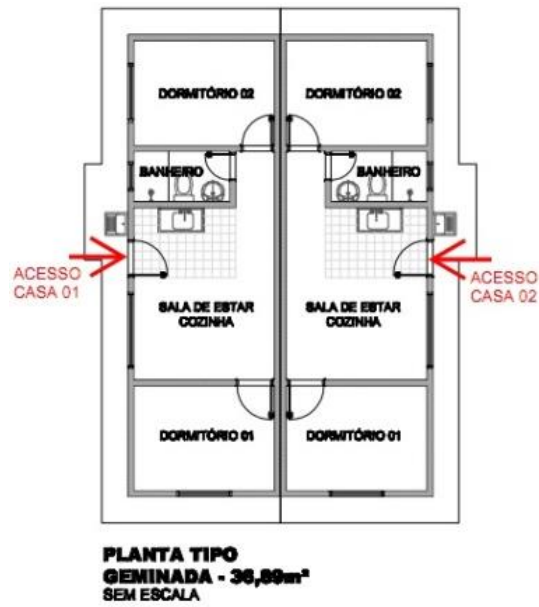
Fonte: adaptado do mapa-base do IPPUL.

O empreendimento foi entregue em etapas, a primeira em 2011, e sucederam-se mais 12 entregas, sendo a última realizada em junho de 2012. O projeto do bairro foi adequado a um loteamento aprovado em 2002, para facilitar o processo de aprovação e a captação de recursos do PMCMV. A alteração se deu na subdivisão de lotes de 250 m²⁷, para ampliar a captação de recursos do programa. O empreendimento é composto de 30 quadras, sendo 7 de condomínios verticais com 4 pavimentos e o restante de unidades térreas em lotes de 125 m², totalizando 2.712 unidades habitacionais: 1.206 casas do tipo geminadas, 66 casas especiais alocadas nas esquinas (para idosos e PNS), e 1.440 apartamentos em edifícios multifamiliares. Considerando as tipologias padrão, no caso das casas geminadas com o telhado de duas águas, a percepção inicial dos moradores, observada na aplicação dos questionários, define-se na seguinte expressão: “me prometeram uma casa e recebi meia” (Figuras 3 e 4). Portanto, o Vista Bela apresenta as características mais significativas da produção do PMCMV Faixa 1: a lógica da escala industrial, na ampla padronização dos projetos e no grande porte dos empreendimentos. De acordo com Rufino (2015), isso ocorre independentemente das diferentes realidades locais.

Em relação às habitações coletivas, estas somam um total de 90 edifícios com áreas condominiais de estacionamento e um salão de festas. No processo de seleção realizado pela COHAB-LDA foram definidas famílias com rendas superiores para alocação nos edifícios, cujo montante deveria garantir o pagamento da parcela, bem como os custos da taxa do condomínio. Essa nova tipologia de apartamentos em territórios anteriormente caracterizados por unidades unifamiliares é destacada em outros empreendimentos do PMCMV, como em Belo Horizonte (NASCIMENTO et al., 2015) e no Ceará (PEQUENO; ROSA, 2015), como estratégia de adensamento e otimização do solo urbano, em um processo de verticalização das periferias brasileiras. Tal procedimento provocou no Residencial Vista Bela um aumento de aproximadamente cinco vezes o número máximo de unidades habitacionais previsto no programa (Figura 5). Dessa maneira, o empreendimento foi construído para uma população de aproximadamente 11 mil moradores, maior que a população total de 60% dos municípios paranaenses (IBGE, 2010).

⁷O loteamento aprovado em 2002 foi parcelado em 1.037 lotes predominantemente de 250 m², cuja previsão era de 5 mil habitantes.

Figura 3 - Tipologia das unidades habitacionais



Fonte: acervo da COHAB-LD.

Figura 4 - Tipologia das unidades habitacionais



Fonte: Arquivo Grupo de Pesquisa Design Ambiental Urbano.

Figura 5 - Vista geral do Vista Bela



Fonte: acervo de Patrick Rocha.

Considerando a localização e essa ampla escala monofuncional do empreendimento, a transformação de parte das unidades habitacionais em estabelecimentos de comércio e serviços seria um processo previsível. Segundo Mineiro e Rodrigues (2012), a União Nacional por Moradia Popular (UNMP), em ofício enviado ao Ministério das Cidades, já havia efetuado a solicitação de unidades de uso misto nos empreendimentos de habitação de interesse social. No entanto, as legislações vigentes do programa ainda não permitem outros usos ou atividades produtivas nas unidades unifamiliares. A Portaria n. 465 introduz em 2011 a questão do comércio permissível em apenas duas situações:

- (a) ao exigir que empreendimentos implantados em zona de expansão estejam contíguos à malha urbana e possuam no entorno áreas destinadas a comércio local; e
- (b) é permitida a prática de comércio em edifícios multifamiliares, mas os lucros devem ser revertidos unicamente para custeio do condomínio (BRASIL, 2011).

Tal questão de instalação de outros tipos de uso parte da premissa de lucratividade a partir de recursos destinados à habitação. Portanto, para a Caixa Econômica Federal, segundo Nascimento et al. (2015), a prática é de difícil legitimação.

Em síntese, a implementação do Residencial Vista Bela compactua as características semelhantes aos empreendimentos do PMCMV no Brasil: implantação periférica em virtude do preço da terra, grande escala do empreendimento, padronização das tipologias habitacionais, verticalização da periferia, baixa qualidade arquitetônica e urbanística e flexibilização no processo de aprovação. De acordo com vários autores (AMORE; SHIMBO; RUFINO, 2015), esses padrões foram adotados como estratégias de lucratividade do setor da construção civil para o desenvolvimento do PMCMV.

Análise do comércio e serviços no residencial Vista Bela

Atividades comerciais e de serviço são vinculadas ao setor terciário. Segundo Fernandes, Cachinho e Ribeiro (2000), não existe um consenso sobre a definição do termo “comércio”, porém, do ponto de vista da sociedade, é comumente entendido como uma atividade na intermediação de bens e serviços no mercado.

Com o objetivo de entender o fenômeno do surgimento do setor terciário no Vista Bela, a análise foi estruturada em três partes:

- (a) levantamento e análise dos estabelecimentos de comércio e serviço;
- (b) análise do perfil dos comerciantes; e
- (c) análise do perfil dos moradores e de seus hábitos de consumo.

Considerando o levantamento dos estabelecimentos comerciais, o processo foi monitorado e mapeado in loco em três fases distintas de consolidação do empreendimento (Tabela 1).

Em um primeiro momento, verifica-se um crescimento gradativo desses estabelecimentos dispersos por todo o empreendimento. No primeiro levantamento in loco, observa-se um mix de comércio e serviços composto de lanchonetes, bares, mercearias, sacolão, açougue, pastelaria, salão de beleza, bazar, depósito de materiais de construção, igrejas e um mercado. Entre o primeiro e o segundo levantamento triplicou o número de famílias que passaram a desenvolver atividades de comércio ou serviço nas unidades habitacionais. No último, realizado em 2014, observa-se a manutenção de vários estabelecimentos e o acréscimo de outros, totalizando 82 unidades do setor terciário (Figuras 6, 7 e 8).

Tabela 1 - Evolução de Número de Estabelecimentos de Comércio e Serviços

Levantamento de campo	Nº de estabelecimentos de comércio/serviços
Outubro/2012 (16 meses após entrega do primeiro lote de casas)	26
Dezembro/2013 (30 meses após a entrega do primeiro lote)	76
Julho/2014 (36 após a entrega do primeiro lote)	82

Figura 6 - Localização de unidades de comércio e serviços no Residencial Vista Bela (outubro de 2012)

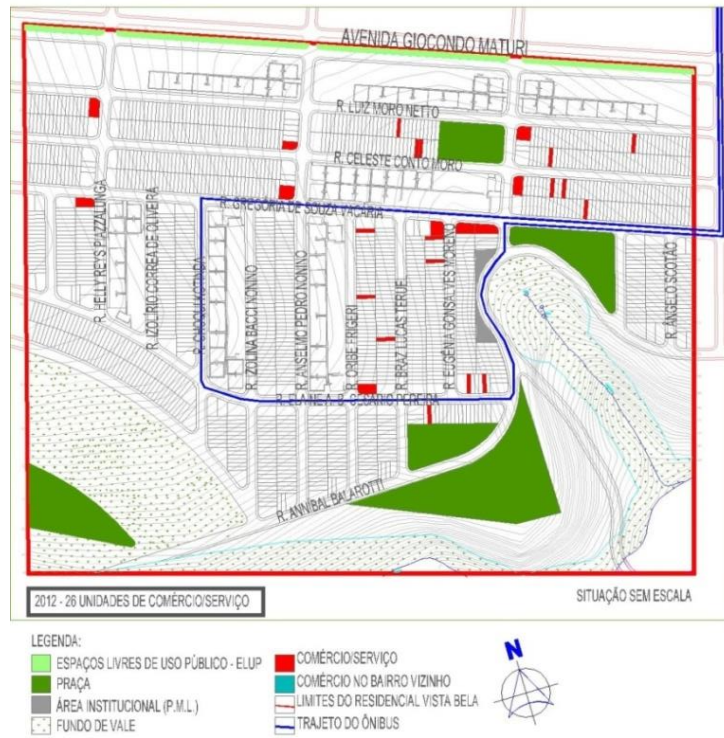


Figura 7 - Localização de unidades de comércio e serviços no Residencial Vista Bela (dezembro de 2013)

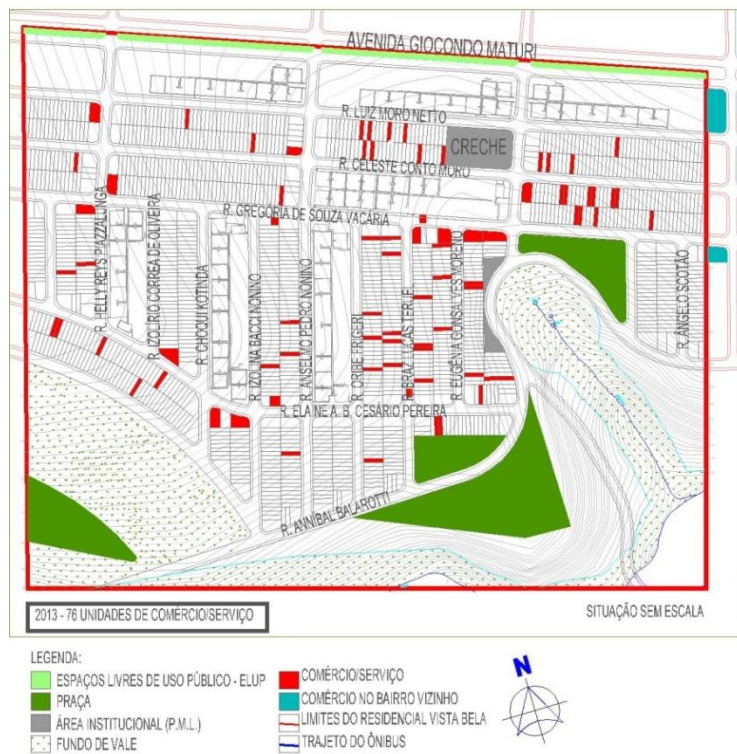


Figura 8 - Localização de unidades de comércio e serviços no Residencial Vista Bela (julho de 2014)



Considerando o número de unidades unifamiliares transformadas em uso misto, cerca de 5%, essa proporção é reduzida se comparada aos dados da pesquisa realizada nos empreendimentos verticais da Região Metropolitana de Fortaleza, 20% (PEQUENO; ROSA, 2015). No Pará, Lima et al. (2015, p. 382) detalham o fenômeno nos residenciais Jardim dos Ipês (Castanhal), Bairro dos Minérios (Parauapebas) e Vale do Tocantins (Marabá), e afirmam que isso ocorre “evidenciando um esforço dos próprios moradores em suprir minimamente a demanda existente, fato também associado a uma estratégia de sobrevivência criada diante das dificuldades de acesso a postos de trabalho nos novos bairros”.

O acesso ao comércio e serviços foi um dos itens de avaliação da pesquisa coordenada pela Rede de Pesquisa Cidade e Moradia, a partir da percepção dos moradores. Os resultados das entrevistas evidenciam que esse item, comparado à moradia anterior, apresenta índices negativos, como, por exemplo, 77% dos entrevistados de Itanhaém – RMBS (RUFINO et al., 2015); 80,82% dos entrevistados em Parnamirim – RMN (SOBRINHA et al., 2015); e 63,60% dos entrevistados em Campo Grande – RMB (LIMA et al., 2015).

Assim, como em outros empreendimentos, foi

observado o surgimento de estabelecimentos comerciais e de serviços de médio e pequeno porte na via de acesso ao novo bairro, construídos por empreendedores da cidade, a partir da percepção da formação de um novo mercado consumidor na região (Figuras 7 e 8). Acrescenta-se mais um desdobramento dessa produção em larga escala dos empreendimentos do PMCMV como fator impulsionador de fronteiras de expansão e de valorização do solo urbano.

Portanto, a emergência de outros usos seria conjecturada devido à densidade populacional e à monofuncionalidade do Residencial Vista Bela, como colocam Cardoso e Aragão (2013), na falta de articulação entre a inserção da nova demanda gerada pelos empreendimentos e a provisão de serviços, comércio e equipamentos urbanos. Considerando as teorias locacionais, Rotem-Mindali (2012) correlaciona áreas residenciais e setores varejistas, e afirma que onde existe O mapeamento dos estabelecimentos comerciais do Vista Bela revela certa dispersão (Figura 9). No entanto se observa uma aglomeração linear de caráter comercial nas esquinas da Avenida Gregório de Souza Vacária, rota do transporte público (Figura 10).

Constata-se a materialização dos princípios que regem o comércio, apontada por Vargas (2005),

unidades de comércio e oficinas de trabalho na transformação das áreas destinadas a dormitórios e principalmente salas de estar.

Em uma primeira leitura sobre categorias de estabelecimento de acordo com o ramo de produtos comercializados, apresentada na Tabela 2, verificou-se que aproximadamente um terço do total caracteriza-se como “bar”, com 29,41%, indicando o consumo de bebida alcoólica como um lazer frequente. Em segundo, encontra-se o comércio voltado a produtos alimentícios (Figura 12): mercados, mercearias, açougue, sacolão e venda de doces (21,57%). Vargas e Mendes (1999), ao analisarem o comércio não planejado,

apontam o ramo de alimentos como uma atividade de fácil ingresso, em virtude do baixo capital inicial, com o foco em produtos de consumo diário.

Em seguida, tem-se a categoria de serviços de alimentação: lanchonete, pizzaria, pastelaria, etc., com um percentual de 13,73% do total de estabelecimentos. A despeito de esse serviço não ser considerado um consumo de primeira necessidade, o número de unidades demonstra a existência de demanda no Vista Bela. Entre os estabelecimentos de serviço, a categoria mais expressiva é a de estética e beleza, com 9,8% do total.

Figura 11 - Tipologias de implantação do comércio nos lotes residenciais do Residencial Vista Bela

TIPO 01 NO RECUO FRONTAL	COMÉRCIO NO RECUO FRONTAL CASA GEMINADA CASA ESPECIAL	BANCA NO RECUO FRONTAL CASA GEMINADA CASA ESPECIAL	60,8%
TIPO 02 NA UNIDADE HABITACIONAL	COMÉRCIO NO RECUO FRONTAL + PARTE INTERNA DA RESIDENCIA	COMÉRCIO OCUPANDO PARTE INTERNA DA RESIDENCIA	33,4%
TIPO 03 NO ESPAÇO PÚBLICO	BANCA CALÇADA	OCUPAÇÃO PROVISÓRIA DA CALÇADA	5,9%

Tabela 2 - Categorias de comércio e serviços no Vista Bela

	Classificação	%	N
Serv./Com.	Bar/bar e mercearia	29,41	15
Comércio	Mercado/mercearia/sacolão/açougue/doces	21,57	11
Serviço	Lanchonete/choperia/pizzaria/sorveteria/pastelaria	13,73	7
Serviço	Salão de beleza/cabeleireiro	9,8	5
Comércio	Bazar	7,84	4
Comércio	Vestuário (novo e usado)	5,88	3
Serviço/Comércio	Pet shop/pet shop e mercearia	3,92	2
Serviço	Mototáxi	1,96	1
Serviço	Vidraçaria	1,96	1
Serviço	Borracharia	1,96	1
Comércio	Material de construção	1,96	1
TOTAL		100	51

Figura 12 - Exemplos de comércio e serviços do Vista Bela (choperia, sacolão e salão de beleza)



Na síntese dos resultados dos questionários aplicados aos proprietários é possível observar a predominância de funcionamento diário em 76,5%, e apenas 13,7% não atendem aos domingos. Quanto ao horário, 39,2% estendem até a meia-noite, e 17,6% permanecem abertos até às 20 horas. Tais aspectos são característicos de um comércio residencial local.

A análise das características do setor terciário no Residencial Vista Bela o define como um comércio local não planejado, composto de estabelecimentos direcionados ao atendimento das necessidades básicas, de uso cotidiano e facilmente acessível. Soma-se a esse fato a predominância de comércios relacionados à alimentação. A categoria de comércio local está associada à prática da diversificação de produtos comercializados em cada estabelecimento, na estratégia de agregar valor pela conveniência, atendendo às necessidades emergenciais dos moradores, pois como aponta Rotem-Mindali (2012) o varejo de origem espontânea tende a adequar-se à demanda dos consumidores.

Perfil dos comerciantes do Vista Bela

No questionário aplicado aos empreendedores do Residencial Vista Bela foram abordadas questões sobre o perfil do proprietário com o intuito de compreender quem são esses agentes e como gerenciam seus negócios. Observa-se primeiramente que 82,4% são moradores, e a unidade habitacional agrega as duas funções, de moradia e trabalho. Por outro lado, 17,6% são arrendatários apenas do “ponto comercial”, indicando o repasse da unidade, visto que 6% não moram no bairro e 11,6% residem no bairro, mas arrendaram a parte frontal de outra unidade com melhor localização (gerando renda tanto para o locatário quanto para o inquilino que pratica o comércio). O repasse de moradia para fins de comércio é apontado também por Pequeno e Rosa

(2015), na Região Metropolitana de Fortaleza, e por Nascimento et al. (2015), na Região Metropolitana de Belo Horizonte.

Foi realizada uma correlação entre a data de mudança para o bairro e o início da atividade econômica, indicando que 68,6% dos comerciantes mudaram-se para o bairro em 2011, nos primeiros lotes de casas entregues, e nesse mesmo ano 21,5% já iniciaram suas atividades de comércio/serviço. No ano seguinte, 27,5% entraram para o ramo, seguidos de 19,6% em 2013. No entanto, cerca de 30% dos comerciantes em exercício atualmente afirmam ter iniciado suas atividades somente em 2014. Tais dados indicam a rápida adaptação da unidade habitacional para agregar uma atividade de geração de renda visando suprir a demanda existente (Figura 13).

Uma constatação é a predominância dos comerciantes advindos de assentamentos irregulares (37,3%); em segundo lugar, aqueles que pagavam aluguel (33,3%); e, na sequência, moradores de casa de parente ou amigo (13,7%). Para cotejar a situação de moradia prévia e a atuação na atividade comercial, os dados foram sobrepostos em um gráfico de dispersão (Figura 14). No caso dos moradores oriundos de assentamentos irregulares, a maioria alega ter exercido tal atividade anteriormente e a transferiram para a nova moradia. Em relação àqueles que pagavam aluguel, observa-se uma divisão: metade já desempenhava atividade comercial na habitação anteriormente e a outra metade iniciou a atividade após se mudar para o bairro. Em síntese, os dados revelam a prevalência do setor terciário como fonte anterior de renda e atividade prévia exercida pelos moradores advindos de áreas irregulares. Observa-se que o processo de formalização da habitação para essas famílias, proposto pelo PMCMV, propicia a transferência da informalidade para a atividade comercial.

Figura 13 - Data de mudança dos comerciantes e de início das atividades

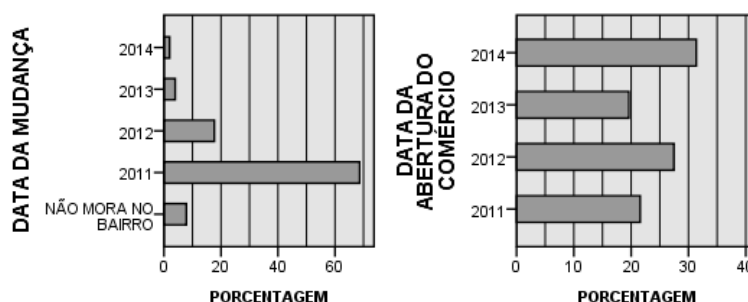
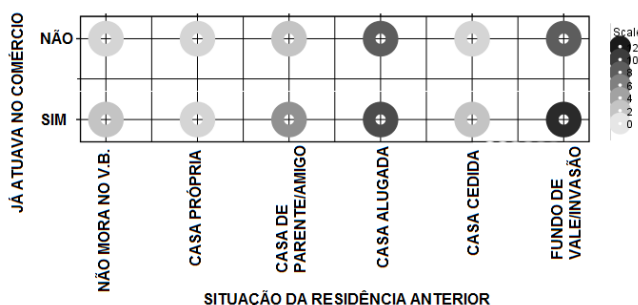


Figura 14 - Diagrama de dispersão - atuação anterior no comércio e a origem dos respondentes



Em relação ao questionamento sobre inserção no mercado formal, 72,5% dos comerciantes entrevistados confirmaram tentativas anteriores de inclusão, dos quais 27,5% são aposentados e pessoas que optaram pela carreira de autônomo. Os 45% restantes relataram como empecilhos para inclusão problemas como saúde, relacionamento com empregador, salário ofertado, necessidade de cuidar dos filhos, estudo insuficiente, preconceito racial e idade avançada. Nesse sentido, confirma-se a constatação de Vargas (2000), que aponta a atividade comercial como uma opção na dificuldade de inserção no mercado de trabalho formal. Por outro lado, 27,5% dos proprietários informaram nunca ter considerado essa opção. De acordo com Cacciamali (2000), o setor informal caracteriza-se por “trabalhadores por conta própria” cujo objetivo da atuação no mercado de trabalho, ainda se caracteriza, dentre outras dimensões, à sobrevivência e à reprodução familiar. No Vista Bela, 84,3% dos comerciantes informam a função de suprir as necessidades básicas. Por outro lado, 15,7% assinalam como propulsor de melhoria da qualidade de vida na possibilidade de aquisição de bens.

Uma parcela de 76,5% dedica-se exclusivamente à atividade comercial no Vista Bela, e 23,5% exercem atividades paralelas, como segurança, cozinheiro, proprietário de outros comércios, marceneiro, pedreiro, webdesign e venda de carros. Assim, de acordo com Andrade (2015), as atividades comerciais nos empreendimentos do PMCMV demonstram não apenas a necessidade de consumo, mas também um aditivo na complementação de renda.

Do total de estabelecimentos comerciais, 64,7% caracterizam-se como um empreendimento familiar: não há presença de funcionários, e o proprietário é responsável pela gestão e execução do comércio/serviço. Um fato complementar a essa informação é que em 90,2% dos estabelecimentos o respondente afirma exercer simultaneamente a função de “patrão e empregado”, mesmo com o

auxílio de um ou dois funcionários ou familiares, e 86,3% alegam não existir a separação entre gestão e produção. Observa-se a falta de regulamentação do negócio em 78,4%, devido às proibições do programa, e apenas 21,6% declararam ter CNPJ, porém correspondente ao estabelecimento anterior (Figura 15).

A não regulamentação da atividade dificulta os procedimentos de compra de mercadorias. Quando questionados sobre os fornecedores, verificou-se como origem do setor de alimentação a compra de produtos promocionais em grandes mercados da cidade (atacadistas ou não). Apenas para pães e bebidas existe um agente distribuidor, que atende aos comércios do bairro. Em relação aos itens de vestuário, bazar e ambulantes, os artigos são majoritariamente originários do Paraguai, de São Paulo, de fornecedores locais e, às vezes, de doações. Desse modo, os ofertantes de bens no Residencial Vista Bela são repassadores, e não produtores das mercadorias comercializadas.

De acordo com as características da Organização Internacional do Trabalho (OIT), esses dados revelam a informalidade do setor. Geralmente estão vinculados aos fenômenos do mercado de trabalho na expansão de pequenos estabelecimentos sem delimitação da relação capital-trabalho e dos trabalhos por conta própria. A Tabela 3 sistematiza, a partir de Cacciamali (2000), os dados dos questionários para categorizá-los dentro desse sistema econômico.

No que se refere ao aporte dos recursos, 74,5% dos respondentes iniciaram a atividade com capital próprio, cuja origem é justificada por rescisão de emprego, economias, compra de estoque parcelada, entre outros. Para 25,5% os recursos vieram de empréstimos com familiares e/ou amigos ou instituições financeiras. Em geral não há o uso de aparatos tecnológicos nos estabelecimentos comerciais, e as habilidades profissionais foram adquiridas à parte do sistema escolar de ensino, de acordo com a discussão das teorias de segmentação do mercado de trabalho.

Essas constatações, somadas à observação de que a maioria dos comerciantes vieram de assentamentos irregulares, revelam um dos problemas advindos do PMCMV apontado por Rufino (2015, p. 69): “[...] se, por um lado, avança na formalização da moradia, tende a impulsionar novas formas de informalidade e desigualdades [...]”.

A partir desses resultados, fez-se a inserção de questionamento sobre as estratégias para a obtenção do lucro: volume de vendas ou prática de preços acima do mercado (Tabela 4).

Em uma sistematização por categorias, verifica-se que nos serviços exclusivos existentes no bairro – como as atividades do ramo alimentício, mototáxi, entre outros – os empreendedores afirmam obter lucro por meio do volume. Por outro lado, a maioria dos estabelecimentos comerciais de produtos de consumo cotidiano, como mercado, sacolão, mercearia, bem como aqueles de serviços esporádicos (salão de beleza, vestuário, pet shop), pratica preços acima da média, na indicação de preços mais elevados praticados nas regiões periféricas.

Figura 15 - CNPJ e atuação anterior no ramo comercial

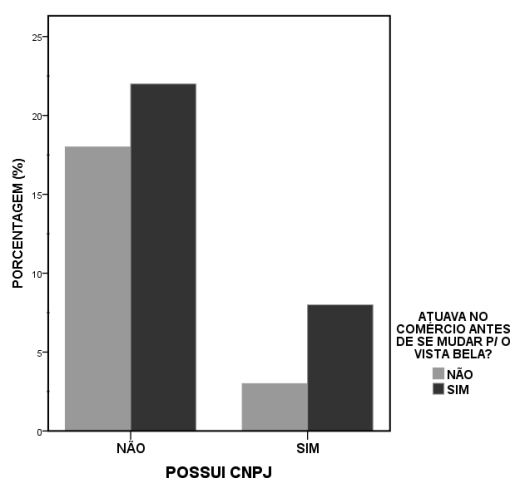


Tabela 3 - Características do setor informal nos estabelecimentos do Residencial Vista Bela

	Propriedade familiar (%)	Recursos próprios (%)	Pequena escala de produção (%)	Facilidade de ingresso (%)	Uso intensivo do trab. E tecnologia adaptada (%)	Habilidades a parte do sist. Escolar (%)	Competitividade e não regulamentação (%)
Não	5,9	25,5	13,7	15,7	7,8	5,9	45,1
Sim	94,1	74,5	86,3	84,3	92,2	94,1	54,9

Fonte: adaptado de Caccimali (2000).

Tabela 4 - Origem do lucro dos comerciantes do bairro

Origem do lucro	Volume	Preços elevado
Serviços	Lanchonete/choperia/pizzaria/sorveteria/pastelaria	Salão de beleza/cabeleireiro
	Mototáxi	Pet shop/pet shop e mercearia
	Vidraçaria	
	Borracharia	
Comércio	Bazar	Vestuário (novo e usado)
		Bar/bar e mercearia
		Mercado/mercearia/sacolão/açougue/doces (em casa)
		Material de construção

Perfil dos moradores, caracterização das famílias e hábitos de consumo

A análise do perfil socioeconômico indica uma população jovem – entre 18 e 40 anos (54,8%), desprovida de estudos, em que o chefe de família, expressivamente, é do sexo feminino –, reflexo de uma das exigências do programa Minha Casa, Minha Vida, de priorizar mulheres que ocupam a posição de chefe de família (BRASIL, 2009). Esse critério contribui para que uniões conjugais formalizadas sejam evitadas, visto que, além de perder o privilégio de antecipação na entrega das casas, a presença de um parceiro configuraria aumento na renda declarada. Em relação ao motivo pelo qual procuraram o Programa, 56,4% afirmam o “desejo de conquistar a casa própria”, 21,8% apontam a necessidade de economizar no aluguel, e 14,4% foram removidos de áreas de risco (Tabela 5).

Como já constatado em outras pesquisas realizadas em empreendimentos do Programa, 55,9% dos moradores afirmam estar satisfeitos com a aquisição da casa própria. Já a insatisfação de 44,1% apresenta como motivo a falta de infraestrutura de equipamentos comunitários e de comércio e de serviços. De acordo com Rolnik et al. (2015), uma contradição fundamental do PMCMV em relação ao atendimento do direito à moradia adequada é que o programa amplia o acesso a alguns dos elementos que compõem esse

direito, como saneamento e água, mas, por outro lado, reduz o atendimento a outros, como o acesso a comércio, serviços e equipamentos urbanos.

Dos 188 chefes familiares entrevistados, 21,2% não exercem nenhum tipo de atividade econômica, incluídos nesse percentual 12,7% de aposentados e pensionistas. Ressalta-se a parcela de 8,5% que afirma ter como única fonte de renda os benefícios sociais, como o programa Bolsa Família e o Complemento Municipal de Renda. Caso se considere a porcentagem de 40,4% dos respondentes com carteira assinada, conclui-se que praticamente metade da população ativa no mercado de trabalho atua na informalidade ou como autônomo (Tabela 6).

O benefício Bolsa Família é recebido por 61,2% dos moradores do Vista Bela, no entanto os valores são diversificados: de R\$ 32,00 até R\$ 490,00 por família. Os valores mais citados são de R\$ 134,00, R\$ 140,00, R\$ 166,00, R\$ 198,00, R\$ 200,00 e R\$ 212,00.

Portanto, de acordo com a Teoria da Segmentação do Mercado de Trabalho, a maioria dos chefes de família está inserida no mercado secundário devido às seguintes características, entre outras: baixa escolaridade; baixos índices de participação em cursos de capacitação e treinamento; períodos curtos de permanência em um mesmo emprego (rotatividade da mão de obra); e tipo de ocupação e função.

Tabela 5 - Perfil do chefe de família

Faixa etária	%	Estado civil	%	Posição familiar	%	Religião	%
11-17	0,5	Solteiro(a)	21,3	Esposo(a)	4,8	Nenhuma	10,1
18-30	22,9	Casado(a)	30,9	Companheiro(a)	3,2	Católica	48,9
31-40	31,9	Amasiado(a)	28,2	Pai	38,8	Evangélica	38,8
41-50	21,8	Separado(a)	6,9	Mãe	44,1	Espírita	0,5
51-60	13,3	Divorciado(a)	3,2	Filho(a)	4,8	Test. De jeová	1,1
Acima de 60	9,6	Viúvo(a)	6,9	Avô/avó	2,1	Outra	0,5
				Irmão/irmã	0,5		
				Neto(a)	0,5		
				Agregado(a)	1,1		
Total	100	Total	100	Total	100	Total	100

Tabela 6 - Perfil socioeconômico do chefe de família

Escolaridade	%	Emprego	%	Carteira assinada	%	Renda (R\$)	%	Função	%
Não frequenta	2,7	Não	21,2	Não	59,6	Nenhuma	21,3	Nenhuma	21,3
Analfabeto	1,1	Sim	78,8	Sim	40,4	Até 300	2,1	Construção civil	23,9
Até 4ª série incompleta	9,0					Até 500	2,7	Limp./serv.gerais	17,6
4ª série completa	9,6					Até 800	20,7	Alimentação	3,7
Fund. Incompleto	31,9					Até 1000	18,6	Reciclagem	1,6
Fund. Completo	16					Até 1200	14,9	Transporte	4,8
Médio incompleto	10,6					Até 1500	9,6	Segurança/vigia	1,1
Médio completo	17					Até 2000	5,8	Mecânica/borrac.	2,7
Superior incompleto	0,5					Até 2500	2,7	Comercial	5,3
Superior completo	1,6					Acima de 3500	1,6	Área adm./atendim.	8,5
								Área da saúde	2,1
								Área industrial	4,8
								Estética	1,6
								Babá	1,1
Total	100	Total	100	Total	100	Total	100	Total	100

A composição familiar majoritária é de quatro membros (34%); se somadas as famílias de três moradores, tem-se um total de 54,2%. Nessa estrutura apenas um morador possui uma atividade de geração de renda em 43,1% das famílias, seguido por 33% com duas pessoas inseridas no mercado de trabalho. Na somatória de todas as fontes de renda dos componentes familiares (salário, aposentadoria e pensões, trabalho extra e benefícios), pode-se observar que a frequência dos rendimentos é: até R\$ 800,00, 15,9%; até R\$ 1.000,00, 9,6%; até R\$ 1.200,00, 12,8%; até R\$ 1.500,00, 16%; até R\$ 2.000,00, 17,6%; até R\$ 2.500,00, 13,3%; até R\$ 3.000,00, 5,3%; e acima de R\$ 3.500,00, 9,6% (Figura 16). A totalidade permite afirmar que metade das famílias possui renda acima de R\$ 1.600,00, ou seja, acima do estabelecido pelo PMCMV. Dados similares foram constatados no condomínio J. B. Girão, na Região Metropolitana de Fortaleza, onde 10% das famílias têm renda superior a três salários vigentes em 2009 (PEQUENO; ROSA, 2015).

Os dados do perfil socioeconômico dos chefes de família são fatores considerados importantes na discussão da teoria do consumidor, pois partem de um pressuposto elementar: o consumidor escolhe entre cestas de mercadorias (combinação de bens) aquela que lhe traz a satisfação máxima. Essa escolha depende das preferências do consumidor, das restrições orçamentárias e da reunião entre preferências e restrições orçamentárias

(PINDYCK; RUBINFELD, 1994; VASCONCELLOS, 2001, 2008; MANSFIELD; YOHE, 2006).

Assim, o setor terciário correlaciona as variáveis renda, localização, demanda e estilo de vida. Em uma primeira aproximação, avalia-se a permanência dos moradores no Residencial Vista Bela para delinear a existência de um mercado consumidor. Foram verificadas as atividades desenvolvidas pelos três primeiros componentes de cada família em três períodos (manhã, tarde e noite), durante a semana e nos fins de semana. De segunda a sexta-feira, 61,2% dos chefes de famílias trabalham no período da manhã; no período da tarde esse número decresce para 59,0%; e a permanência noturna é de 80,3%. Verifica-se a predominância de permanência em casa nos três períodos do segundo e terceiro morador. Confirma-se a informação de que apenas uma pessoa da família exerce alguma atividade econômica.

Nos fins de semana observa-se a permanência na moradia dos três estratos de moradores – chefe de família, segundo e terceiro morador – nos três períodos. As atividades de lazer apontadas com maior frequência foram: 26,6% assistem a TV e DVD; 19,1% participam de atividades religiosas; 15,4% visitam familiares e/ou amigos; e 13,8% “fazem churrasco em casa ou na casa de amigos”. Vale a ressalva de que aproximadamente 60% dos moradores já possuem TV de plasma ou LCD.

Para entendimento dos hábitos e preferência dos consumidores foram definidas categorias de bens de consumo divididas em cinco tipos e fez-se a relação das categorias com as questões de local, frequência e motivo:

- (a) necessidades básicas (supermercado, sacolão, açougue, padaria e farmácia);
- (b) consumo relacionado ao lazer (restaurante, pizzaria, lanchonete e bebidas);
- (c) consumos esporádicos (vestuário e eletroeletrônicos);

(d) consumo de material de construção (vista a quantidade de adaptações das unidades habitacionais); e

(e) serviços (beleza, automotivos e financeiros).

Em relação aos produtos de necessidades básicas, as compras de supermercado e de carnes são realizadas em estabelecimentos do bairro contíguo, considerando os motivos preço, proximidade e variedade, nessa sequência (Figura 17 e 18). Por outro lado, produtos consumidos cotidianamente, como pão, leite e vegetais, são comprados no próprio bairro devido à proximidade com a moradia (Figuras 19 e 20).

Figura 16 - Renda familiar dos moradores do Vista Bela

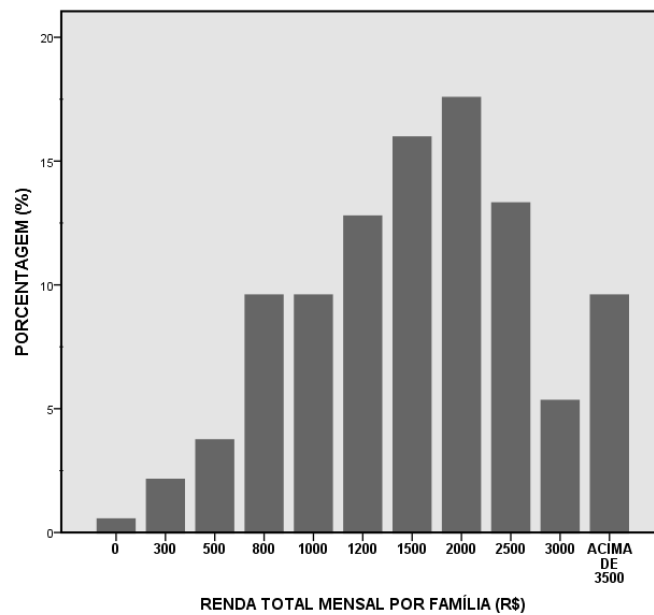


Figura 17 - Diagrama de dispersão simples - local de compra x motivo da escolha do local (supermercado)

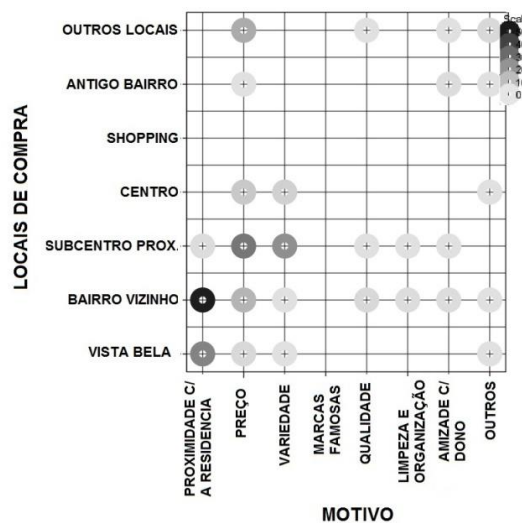


Figura 18 - Diagrama de dispersão simples - local de compra x motivo da escolha do local (açougue)

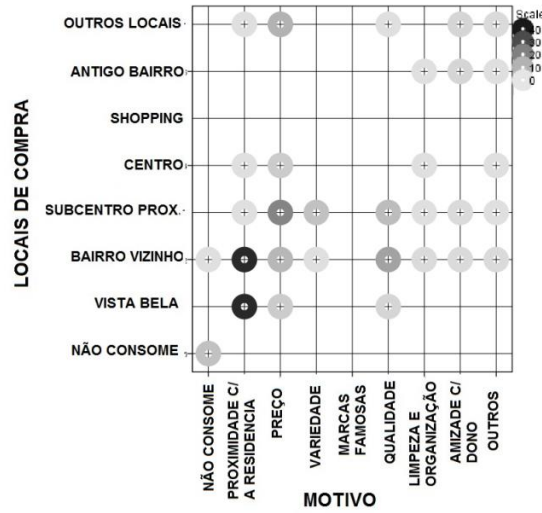


Figura 19 - Diagrama de dispersão simples - local de compra x motivo da escolha do local (padaria)

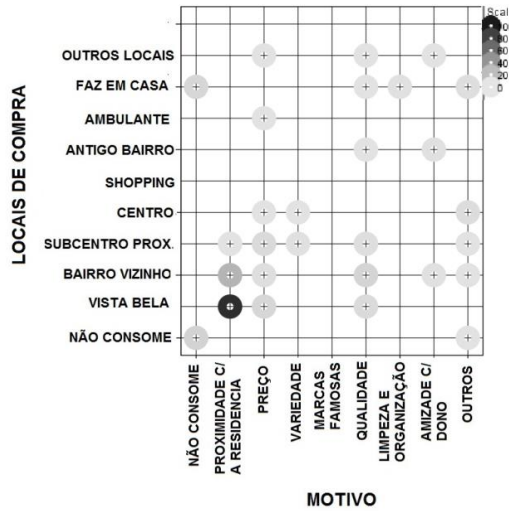
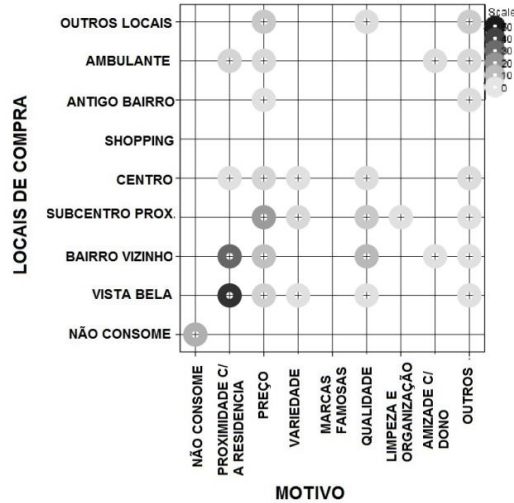


Figura 20 - Diagrama de dispersão simples - local de compra x motivo da escolha do local (sacolão/quitanda)



O consumo de lazer ocorre em locais diversificados (Vista Bela, subcentro e centro); já o consumo de bebidas, predominantemente, é realizado no próprio bairro, o que justifica a presença de muitos bares no bairro. O levantamento de campo mostra que estabelecimentos como pizzarias, bares e lanchonetes (13,73%), assim como serviços de estética, são frequentados por moradores por motivo de proximidade e amizade com os proprietários.

As categorias de comércio e serviços inexistentes no bairro, como medicamentos, materiais de construção, serviços automotivos e financeiros, são realizados na Av. Saul Elkind, subcentro da Zona Norte de Londrina. Somente produtos de consumo esporádico, como roupas, calçados e eletrodomésticos, são adquiridos predominantemente no centro da cidade, devido à variedade de bens e preços. Outro dado da pesquisa aponta como forma de pagamento corrente dos moradores dinheiro em espécie e à vista, por aproximadamente 70% (Quadro 1).

A teoria do consumidor revela a tendência de maximização da utilidade dos bens adquiridos, e nessas circunstâncias as preferências relacionam-se entre comprar nas proximidades, onde produtos e serviços têm um custo elevado, ou enfrentar o deslocamento e adquirir produtos com valores menores. Harvey (1980) esclarece que o acesso a oportunidades – quer seja de emprego, recurso e serviço de bem-estar – pode ser obtido apenas considerando um preço, correspondente ao custo de superar distâncias e utilizar o tempo. Assim, a acessibilidade e a proximidade locais demonstram a relação entre distribuição de renda

real e o processo político.

A partir dessas discussões, fez-se uma pesquisa complementar sobre as questões de preço e distância considerando cinco mercados: um localizado no Vista Bela, um no bairro contíguo, dois no subcentro (um local e outro de grande rede na cidade) e um na região central. Os produtos para essa comparação de preço foram selecionados com base na pesquisa da “Cesta Básica Nacional”, realizada pelo Dieese (2014), que avalia mensalmente a evolução dos preços de 13 produtos de alimentação, com base no salário mínimo e na alimentação do brasileiro (Quadro 2).

Analisaram-se os dados obtidos sob a luz da questão da distância econômica inserida por Vargas (1981), que explica a associação entre o preço da mercadoria e o preço do deslocamento, expressa na fórmula $p + m.t$, em que p é o preço da mercadoria, m é a distância, e t é o custo por unidade da distância. De acordo com a autora, o consumidor irá buscar sempre o menor valor para essa fórmula.

Considerando a distância econômica, visto que no Vista Bela 92% dos moradores utilizam o transporte público, deveria ainda ser inserido o adicional de tempo despendido no deslocamento.

Portanto, na somatória dos itens da cesta básica, verifica-se que os preços praticados nas áreas periféricas são maiores do que em locais próximos ao centro. Tais constatações inserem mais um fator socioespacial gerado na vinculação entre o mercado de bens e de consumo e a localização dos empreendimentos de habitação de interesse social do PMCMV: o custo para aquisição de produtos de necessidades cotidianas é maior na periferia.

Quadro 1 - Síntese dos hábitos de consumo dos moradores do Vista Bela

Categoria	Vista bela	Bairro vizinho	Subcentro	Centro	Motivo
Supermercado		X			Proximidade/preço
Padaria	X				Proximidade
Sacolão	X	X			Proximidade
Açougue		X			Proximidade/preço
Alimentação (serviços)	X		X	X	Qualidade/proximidade
Bebidas	X				Proximidade
Serv. Estética e beleza	X				Amizade
Categorias inexistentes no residencial vista bela					
Medicamentos			X		Proximidade
Mat. de construção			X		Proximidade
Serv. Automotivos			X		Proximidade
Serv. Financeiros			X		Proximidade
Vestuário				X	Preço/variedade
Eletroeletrônicos				X	Preço

Quadro 2 - Aplicação da fórmula da distância econômica

Mercado	Guedes (Vista Bela)	Wbrasil (Bairro vizinho)	Santarém (Subcentro)	Muffato (Subcentro)	Condor (Centro)	
Carne	Cochão mole 19,80	Cochão mole 19,40	Cochão mole 20,99	Cochão mole 18,59	Cochão mole 14,70	
	Patinho 14,99	Patinho 16,49	Patinho 18,90	Patinho 17,90	Patinho 18,70	
	Peito de frango 8,90	Peito de frango 10,29	Peito de frango 6,15	Peito de frango 3,19	Peito de frango 5,90	
Leite	2,19	1,69	1,89	1,69	1,67	
Feijão	3,95	3,49	3,99	3,29	1,89	
Arroz	12,99	10,31	9,79	9,39	9,87	
Farinha	2,89	2,89	1,99	2,09	2,08	
Batata	2,99 Kg	3,99	4,39 Kg	4,89 Kg	5,79 Kg	
Legumes (tomate)	3,00 Kg	1,99	3,39 Kg	5,99 Kg	6,59 Kg	
Pães	6,00 Kg	6,99 Kg	6,99 Kg	5,98 Kg	7,48 Kg	
Café	7,19	7,79	7,25	7,59	6,31	
Frutas (banana)	1,50 Kg	0,99	2,59 Kg	2,59 Kg	0,68 Kg	
Açúcar (pc 5 kg)	8,99	6,99	8,99	7,45	6,89	
Óleo	2,79	2,89	2,59	2,49	2,19	
Manteiga	4,29	3,29	3,39	3,09	3,09	
P (preço total da cesta básica)	102,46	99,48	103,28	96,21	93,83	
M (distância)	250m	450m	4100m	5800m	9200m	
T (custo por unidade de distância)	Carro (R\$)	0	0	1,89*	2,68*	4,25*
	Ônibus (R\$)	0	0	5,30	5,30	5,30
$p + m.t$	102,46	99,48	105,17 (carro)	98,89 (carro)	98,08 (carro)	
			108,58 (ônibus)	101,51 (ônibus)	99,13 (ônibus)	

Nota: *o valor do deslocamento de carro foi calculado com base no preço médio da gasolina em dez/2014 (R\$ 3,00) e na capacidade de um carro 1.0 (13 Km/l).

Conclusão

O monitoramento do Residencial Vista Bela viabilizado pelo PMCMV possibilitou verificar a emergência dos estabelecimentos de comércio e serviços logo nos primeiros meses, e o aumento em 300% do número de unidades em três anos, somando-se 5% do total de unidades. A análise, a partir do levantamento in loco cotejado com a sistematização dos questionários distribuídos aos 51 comerciantes e 188 consumidores no empreendimento, evidencia os princípios inter-relacionados (espaciais, sociais e econômicos) vinculados ao surgimento dos estabelecimentos do setor terciário.

Em relação às questões espaciais, a implantação periférica em região definida como agropastoril e, conseqüentemente de urbanização precária, foi determinante para adquirir a área de menor preço para a implantação do empreendimento. Vale a

ressalva de que os incorporadores, de acordo com as regras do programa, recebem um valor por unidade habitacional. Isso posto, quanto menor o preço da terra, maior a lucratividade para o setor privado.

Ressaltam-se os agentes públicos como facilitadores para a aprovação e viabilização do empreendimento de 2.712 unidades na periferia da cidade, cinco vezes maior o número máximo imposto pelo programa. A grande escala do empreendimento monofuncional gerou um bairro de aproximadamente 11 mil habitantes, população acima de 60% dos municípios paranaenses. Rottem-Midalli (2012) afirma que onde existe a demanda será realizada a oferta, portanto eram previsíveis as transformações das unidades habitacionais em uso misto.

A adaptação dos estabelecimentos comerciais às unidades é, em sua maioria, no recuo frontal de 5

m das residências geminadas, e o mapeamento demonstrou certa dispersão no empreendimento. Por outro lado, as teorias locacionais e os princípios que regem o surgimento do comércio são observados em uma aglomeração linear no empreendimento: no encontro de rotas e fluxos de pessoas, os comerciantes e ambulantes se estabelecem.

Considerando as questões socioeconômicas, verificou-se que a maioria dos comerciantes, 82,4%, são moradores e que 76,5% dedicam-se exclusivamente à atividade comercial, citada como única estratégia de geração de renda familiar. Os dados evidenciam que deses comerciantes 37,3% foram realocados de áreas de risco e já atuavam previamente no ramo, portanto transferiram a atividade para o novo bairro. Essa observação reitera a colocação de Rufino (2015) de que no processo de formalização à habitação emergem outras informalidades e desigualdades. Nas reflexões acerca das características do setor informal inserem-se todas as particularidades dos estabelecimentos do Residencial Vista Bela: propriedade familiar; não regulamentação; uso do capital próprio (demanda de pouco investimento de recursos no ramo alimentício); pequena escala de produção (muitos são repassadores e não produtores); facilidade de ingresso; uso de tecnologia adaptada (ou quase inexistente); e, por fim, as habilidades são desenvolvidas à parte do sistema escolar. Os dados revelam que cerca de 45% dos empreendedores informam dificuldade de entrar no mercado formal de trabalho e que 84,3% apontam a atividade comercial como estratégia de sobrevivência.

A análise das categorias dos estabelecimentos possibilitou classificá-los como comércio de abastecimento local. Considerando as diretrizes de sustentabilidade econômica e social da PHN, em um cenário idealizado no cadastramento das famílias, poder-se-ia dar continuidade à atividade de geração de renda na possível alocação dos comerciantes em áreas propícias de rotas e fluxos para o desenvolvimento de atividades comerciais. No entanto, tal intencionalidade contrariaria os princípios de igualdade e poderia ser perversa no processo de entrevista e seleção.

Em relação aos hábitos de consumo são correlacionadas as variáveis de renda, permanência dos moradores no bairro (mercado consumidor) e preferências. Se considerada a somatória de todas as fontes de renda familiar – salário, aposentadoria, pensões, trabalho extra e benefícios –, metade das famílias possui renda acima de R\$ 1.600,00, limite estabelecido na Faixa 1 do PMCMV. Considerando os fatores de local, frequência e motivo, verifica-se a preferência de

compra de produtos do cotidiano (pão, leite, verduras, vegetais) bem como de bebidas alcoólicas no próprio bairro, e aquelas de necessidades básicas (supermercado, carnes) em estabelecimentos novos construídos na via de acesso. Por outro lado, produtos inexistentes no bairro são adquiridos no subcentro; e quanto aos serviços de lazer, observa-se a diversificação na escolha por consumir no bairro, subcentro e centro.

A partir dessas observações fez-se uma pesquisa de preços de produtos da cesta básica considerando supermercados em diferentes locais da cidade. Verifica-se que os valores praticados nas áreas periféricas são maiores do que em locais próximos ao centro. Agrega-se mais um fator socioespacial gerado na vinculação entre o mercado de bens e de consumo e a localização dos empreendimentos de habitação de interesse social do PMCMV: o custo para aquisição de produtos de necessidades cotidianas é maior na periferia. Exemplifica-se assim a questão de Harvey (1980) da relação entre distribuição de renda real e o processo político em que não existe imparcialidade nas configurações espaciais da cidade, que atende aos interesses capitalistas e que contribui para a exclusão dos grupos sociais, somando contradições no cotidiano de moradores de áreas de interesse social e corrompendo o real sentido do habitar e do efetivo direito à cidade.

A pesquisa, a partir do estudo de caso, expõe a lógica de formação do varejo informal como estratégia de geração de renda, vinculada à demanda dos consumidores. Portanto, verificam-se as possibilidades de analisar o fenômeno do surgimento do setor terciário em projetos do PMCMV em suas várias dimensões – social, econômica e espacial – e inserir o debate desses resultados para definir programas de habitação considerando essas várias dimensões. Assim, um programa de habitação social não deveria ser objeto de metas quantitativas e de cunho econômico sem considerar as dimensões do direito à moradia. Lopes e Shimbo (2015, p. 252) sintetizam de forma clara o processo de produção em larga escala dos empreendimentos do programa Minha Casa, Minha Vida na seguinte frase: “essa casa não é para sua vida”.

Referências

AMORE, C. S. Minha Casa Minha Vida para iniciantes. In: AMORE, C. S.; SHIMBO, L. Z.; RUFINO, M. B. C. (Orgs.). **Minha casa... e a cidade?:** avaliação do programa Minha Casa Minha vida em seis estados brasileiros. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015.

- AMORE, C. S.; SHIMBO, L. Z.; RUFINO, M. B. C. (Orgs.). **Minha Casa... e a Cidade?:** avaliação do programa Minha Casa Minha vida em seis estados brasileiros. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015.
- ANDRADE, L. S. É Possível Transformar em Cidade a Anticidade? Crítica ao urbanismo de empreendimentos do PMCMV. In: AMORE, C. S.; SHIMBO, L. Z.; RUFINO, M. B. C. (Orgs.). **Minha casa... e a cidade?:** avaliação do programa Minha Casa Minha vida em seis estados brasileiros. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015.
- ARAGÃO, D. L. L. J. **Subsídios Para Aplicação do Custeio-Meta na Etapa de Concepção de Unidades Habitacionais de Interesse Social no Âmbito do PMCMV.** Londrina, 2014. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Edificações e Saneamento) – Escola de Engenharia, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2014.
- ARANTES, P.; FIX, M. **Minha Casa, Minha Vida, o Pacote Habitacional de Lula.** 2009. Disponível em: <http://www.correiocidania.com.br/index.php?option=com_content&task=view&id=3580&Itemid=79>. Acesso em: 5 maio 2015.
- BONDUKI, N. G. Do Projeto Moradia ao Programa Minha Casa Minha Vida. TD. **Teoria e Debate**, v. 82, p. 1, 2009.
- BRASIL. **Lei nº 11.977**, de 7 de julho de 2009. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l11977.htm>. Acesso em: 10 maio 2014.
- BRASIL. **Portaria nº 465**, de 3 de outubro de 2011. Disponível em: <http://downloads.caixa.gov.br/_arquivos/habita/mcmv/Portaria_465_FAR_Consolidada_21_01_2013.pdf>. Acesso em: 10 maio 2014.
- CACCIAMALI, M. C. Globalização e Processo de Informalidade. **Economia e Sociedade**, Campinas, v. 14, p. 153-174, jun. 2000.
- CALSAVARA, F. Negligência Deixa Novos Bairros Sem Escola. **Jornal de Londrina**, 30 jan. 2013. Disponível em: <<http://www.jornaldelondrina.com.br/edicaoodia/conteudo.phtml?tl=1&id=1340373&tit=Negligencia-deixa-novos-bairros-sem-escola>>. Acesso em: 5 dez. 2014.
- CARDOSO, A. L.; ARAGÃO, T. A. Do Fim do BNH ao Programa Minha Casa Minha Vida: 25 anos da política habitacional no Brasil. In: CARDOSO, A. L. (Org.). **O Programa Minha Casa, Minha Vida e Seus Efeitos Territoriais.** Rio de Janeiro: Letra Capital, 2013.
- CARDOSO, A. L.; LAGO, L. C. O Programa Minha Casa Minha Vida e Seus Efeitos Territoriais. In: CARDOSO, A. L. (Orgs.). **O Programa Minha Casa, Minha Vida e seus efeitos territoriais.** Rio de Janeiro: Letra Capital, 2013.
- CARDOSO, A. L.; QUEIROZ E MELO, I.; JAENISH, S. T. A Implementação do Programa Minha Casa Minha Vida na Região Metropolitana do Rio de Janeiro: agentes, processos e contradições. In: AMORE, C. S.; SHIMBO, L. Z.; RUFINO, M. B. C. (Orgs.). **Minha Casa... e a Cidade?:** avaliação do programa Minha Casa Minha vida em seis estados brasileiros. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015.
- CUNHA, F. C. A. **Metrópole de Papel:** a representação “Londrina metrópole” na institucionalização da região metropolitana de Londrina. São Paulo, 2005. Tese (Doutorado em Geografia) – Curso de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2005.
- DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS. **Cesta Básica de Alimentos.** Disponível em: <<http://www.dieese.org.br/analisecestabasica/analiseCestaBasica201411.html>>. Acesso em: 29 dez. 2014.
- FERNANDES, J. A. R.; CACHINHO, H. A.; RIBEIRO, C. V. (Coords.). **Comércio Tradicional em Contexto Urbano:** dinâmicas de modernização e políticas públicas. Lisboa: GEDES-UP, 2000. (Estudo elaborado pelo Gabinete de Estudo para o Desenvolvimento e Ordenamento do Território, da FLUP).
- FERREIRA, J. S. W. (Coord.). **Produzir Casas ou Construir Cidades?** Desafios para um novo Brasil urbano. Parâmetros de qualidade para a implementação de projetos habitacionais e urbanos. São Paulo: LABHAB, FUPAM, 2012.
- HARVEY, D. **A Justiça Social e a Cidade.** São Paulo: Hucitec, 1980.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico 2010.** Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br>>. Acesso em: 4 out. 2013.

- LIMA, J. J. *et al.* Estratégias de Produção Habitacional de Interesse Social Através do PMCMC na Região Metropolitana de Belém e no Sudeste do Pará. In: AMORE, C. S.; SHIMBO, L. Z.; RUFINO, M. B. C. (Orgs.). **MINHA casa... e a cidade?:** avaliação do programa Minha Casa Minha vida em seis estados brasileiros. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015.
- LONDRINA. **Plano Local de Habitação de Interesse Social.** Londrina, 2011. Disponível em: <<http://www1.londrina.pr.gov.br/dados/images/stories/Storage/cohab/cmhl/PLHIS/PLHIS-PLANO-LOCAL-DE-HABITACAO-DE-INTERESSE-SOCIAL.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2014.
- LOPES, J. M. A.; SHIMBO, L. Z. Projeto e Produção da Habitação na Região Central do Estado de São Paulo: condições e contradições do PMCMV. In: AMORE, C. S.; SHIMBO, L. Z.; RUFINO, M. B. C. (Orgs.). **Minha Casa... e a Cidade?:** avaliação do programa Minha Casa Minha vida em seis estados brasileiros. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015.
- MANSFIELD, E.; YOHE, G. **Microeconomia.** 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
- MINEIRO, E.; RODRIGUES, E. Do Crédito Solidário ao MCMV Entidades: uma história em construção. In: LAGO, L. C. (Org.). **Autogestão Habitacional no Brasil:** utopias e contradições. Rio de Janeiro: Letra Capital; Observatório das Metrôpoles, 2012.
- NASCIMENTO, D. M. *et al.* Programa Minha Casa Minha Vida: desafios e avanços na Região Metropolitana de Belo Horizonte. In: AMORE, C. S.; SHIMBO, L. Z.; RUFINO, M. B. C. (Orgs.). **Minha Casa... e a Cidade?:** avaliação do programa Minha Casa Minha vida em seis estados brasileiros. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015.
- PEQUENO, R.; ROSA, S. V. Inserção Urbana e Segregação Espacial: análise do programa Minha Casa Minha Vida em Fortaleza. In: AMORE, C. S.; SHIMBO, L. Z.; RUFINO, M. B. C. (Orgs.). **Minha Casa... e a Cidade?:** avaliação do programa Minha Casa Minha vida em seis estados brasileiros. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015.
- PINDYCK, R. S.; RUBINFELD, D. L. **Microeconomia.** São Paulo: Makron Books, 1994.
- RIZEK, C. S. *et al.* Viver na Cidade, Fazer Cidade, Esperar Cidade. Inserções Urbanas e o PMCMV-Entidades: incursões etnográficas. In: AMORE, C. S.; SHIMBO, L. Z.; RUFINO, M. B. C. (Orgs.). **Minha Casa... e a Cidade?:** avaliação do programa Minha Casa Minha vida em seis estados brasileiros. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015.
- ROLNIK, R. (Coord.). **Ferramentas Para Avaliação da Inserção Urbana dos Empreendimentos do PMCMV.** Equipe Laboratório Espaço Público e Direito à Cidade (LabCidade). Faculdade de Arquitetura e Urbanismo - Universidade de São Paulo, nov. 2014.
- ROLNIK, R. *et al.* Inserção Urbana no PMCMV e a Efetivação do Direito à Moradia Adequada: uma avaliação de sete empreendimentos no estado de São Paulo. In: AMORE, C. S.; SHIMBO, L. Z.; RUFINO, M. B. C. (Orgs.). **Minha Casa... e a Cidade?:** avaliação do programa Minha Casa Minha vida em seis estados brasileiros. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015.
- ROTEM-MINDALI, O. Retail Fragmentation vs. Urban Livability: applying ecological methods in urban geography research. **Applied Geography**, v. 35, p. 292-299, Nov. 2012.
- RUFINO, M. B. C. Um Olhar Sobre a Produção do PMCMV a Partir de Eixos Analíticos. In: AMORE, C. S.; SHIMBO, L. Z.; RUFINO, M. B. C. (Orgs.). **Minha Casa... e a Cidade?:** avaliação do programa Minha Casa Minha vida em seis estados brasileiros. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015.
- SOBRINHA, M. D. P. B. *et al.* Minha Casa, Minha Vida na Região Metropolitana de Natal: inserção urbana, qualidade do projeto e seus efeitos na segregação socioespacial. In: AMORE, C. S.; SHIMBO, L. Z.; RUFINO, M. B. C. (Orgs.). **Minha Casa... e a Cidade?:** avaliação do programa Minha Casa Minha vida em seis estados brasileiros. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015.
- VARGAS, H. C. **Formação dos Centros Comerciais e Estruturação da Rede Urbana.** Trabalho programado 01. Universidade de São Paulo, São Paulo, Dezembro de 1981. Disponível em <<http://www.usp.br/fau/deprojeto/labcom/bibliografia.html>>. Acesso em: 20 out. 2014.
- VARGAS, H. C.; MENDES, C. F. O comércio não planejado e arquitetura comercial de transição. In: INTERNATIONAL CONFERENCE IN RETAILING AND SERVICES SCIENCE, 6., Porto Rico, 1999. **Anais...** Porto Rico: EIRASS, 1999.
- VARGAS, H. C. O Comércio e os Serviços Varejistas: principais agentes e sua inserção urbana. **GEOUSP Espaço e Tempo**, v. 8, p. 77-87, dez. 2000.

VARGAS, H. C. O Lugar, a Arquitetura e a Imagem do Comércio. **IHU on-line: Shopping Centers: ilhasurbanas**, São Leopoldo, v. 4, n. 151, p. 11-12, ago. 2005.

VASCONCELLOS, M. A. S. **Economia Micro e Macro**. São Paulo: Atlas, 2001.

VASCONCELLOS, M. A. S.; OLIVEIRA, R. G. **Manual de microeconomia**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Agradecimentos

À Capes e Fundação Araucária, pela bolsa concedida para a finalização do mestrado, e ao suporte da Bolsa Produtividade da Fundação Araucária. Agradecemos aos componentes do grupo de Pesquisa Design Ambiental Urbano - UEL, pela cooperação na realização dos questionários, e à valiosa contribuição dos avaliadores anônimos.

Thaís Nunes Vicentim

Departamento de Arquitetura e Urbanismo, Centro de Tecnologia e Urbanismo | Universidade Estadual de Londrina | Rodovia Celso Garcia Cid, PR 445 Km 380, Campus Universitário | Londrina - PR - Brasil | CEP 86051-990 | Tel.: (43) 371-4535 | E-mail: thaísa.nv@gmail.com

Milena Kanashiro

Departamento de Arquitetura e Urbanismo, Centro de Tecnologia e Urbanismo | Universidade Estadual de Londrina | E-mail: milena@uel.br

Revista Ambiente Construído

Associação Nacional de Tecnologia do Ambiente Construído
Av. Osvaldo Aranha, 99 - 3º andar, Centro
Porto Alegre - RS - Brasil
CEP 90035-190
Telefone: +55 (51) 3308-4084
Fax: +55 (51) 3308-4054
www.seer.ufrgs.br/ambienteconstruido
E-mail: ambienteconstruido@ufrgs.br