

ÍNDICE

1 - INTRODUÇÃO

2 - O PROBLEMA DO ABASTECIMENTO DAS POPULAÇÕES DE BAIXA RENDA NA REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO.

1. População - objetivo.
2. Situação do Abastecimento de gêneros alimentícios.
3. Hábitos e organizações de compra.

ESTUDO SOBRE ABASTECIMENTO DE

GÊNEROS ALIMENTÍCIOS DA

3 - DIRETRIZES PARA A INTERVENÇÃO DO GOVERNO ESTADUAL POPULAÇÃO DE BAIXA RENDA

1. Enfoque do problema.
2. Intervenção do Governo Estadual.
3. Estratégia.

4 - LINHAS BÁSICAS DE UM PROGRAMA DE APOIO ÀS ORGANIZAÇÕES DE CONSUMIDORES DE BAIXAS RENDAS.

5 - VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA.

Relatório do Andamento
dos Trabalhos

06.10.83

ÍNDICE

INTRODUÇÃO

1 - INTRODUÇÃO

2 - O PROBLEMA DO ABASTECIMENTO DAS POPULAÇÕES DE BAIXA RENDA NA REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO.

1. População - objetivo.
2. Situação do Abastecimento de gêneros alimentícios.
3. Hábitos e organizações de compra.

3 - DIRETRIZES PARA UMA AÇÃO DO GOVERNO ESTADUAL

1. Enfoque do problema.
2. Intervenção do Governo Estadual.
3. Estratêgia.

4 - LINHAS BÁSICAS DE UM PROGRAMA DE APOIO ÀS ORGANIZAÇÕES DE CONSUMIDORES DE BAIXAS RENDAS.

5 - VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA.

I N T R O D U Ç Ã O

Este texto expõe as linhas básicas de uma proposta para encaminhar a solução do problema do abastecimento alimentar das populações de baixa renda (na faixa entre 0 e 3 salários mínimos) na região metropolitana de São Paulo.

Trata-se de um relatório sobre o atual estágio dos estudos em andamento e suas conclusões, tendo, portanto, caráter preliminar. Não obstante, o texto apresenta um esboço de estratégia para a abordagem do problema do abastecimento dessas populações. Isto pôde ser feito porque, embora insuficiente para fundamentar uma conclusão definitiva, a informação recolhida forneceu evidências significativas para indicar a linha geral de solução do problema.

DE BAIXA RENDA NA REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO

A exposição divide-se em quatro partes:-

- 1 - breve resumo do problema examinado, a partir da informação contida nos estudos aos quais a equipe teve acesso, e nas averiguações que ela mesma realizou a fim de completar e atualizar aquela informação;
- 2 - formulação das diretrizes que, a juízo da equipe, deveriam nortear a ação do poder público no atendimento da população objeto do estudo;
- 3 - estabelecimento das tarefas necessárias para completar o estudo;
- 4 - estudo da viabilidade econômico-financeira do empreendimento.

1. POPULAÇÃO - OBJETIVO

De acordo com os dados estatísticos disponíveis, a população objeto do estudo - famílias cuja renda mensal situa-se na faixa entre zero e três salários mínimos regionais - ascende a aproximadamente quatro milhões* de pessoas, concentrando-se nos bairros periféricos e nas áreas envoltentes da região metropolitana de São Paulo, segundo estimativa do relatório de andamento nº 7 da Secretaria do Planejamento do Município de São Paulo e dos estudos da Empresa de Planejamento Metropolitano do Estado de São Paulo a partir da pesquisa Origem e Destino, de 1977.

2. SITUAÇÃO DO ABASTECIMENTO DE GÊNEROS ALIMENTÍCIOS

Não são muitos os estudos disponíveis sobre o problema do abastecimento de gêneros alimentícios. Em-se à situação de

O PROBLEMA DO ABASTECIMENTO DAS POPULAÇÕES

DE BAIXA RENDA NA REGIÃO METROPOLITANA

De um modo geral, as conclusões a que chegaram estes estudos são as seguintes:

DE SÃO PAULO

- as populações de baixa renda gastam parte importante do orçamento familiar na aquisição de gêneros alimentícios (aproximadamente 50%/55%, na faixa de 1 a 3 salários mínimos).
- as quantidades adquiridas são inferiores às das famílias de renda mais elevada, registrando-se, em um estudo de 1978, deficiências da ordem de 16%, na ingestão de alimentos calóricos entre as famílias de mais baixa renda.
- além de gastar muito e comprar pouco, essas famílias pagam, pelos produtos que adquirem, preços mais elevados do que os preços médios do mercado, porque vivem em bairros distantes, servidos por equipamentos varejistas pequenos e insuficientes.

(*) - Para o Município de São Paulo a população objeto do estudo - renda entre menos de 1 e 3 salários mínimos regionais - estimada para 83 é de 2.112.470 pessoas.

1. POPULAÇÃO - OBJETIVO

De acordo com os dados estatísticos disponíveis, a população objeto do estudo - famílias cuja renda mensal situa-se na faixa entre zero e três salários mínimos regionais - ascende a aproximadamente quatro milhões* de pessoas, concentrando-se nos bairros periféricos e nas áreas envolventes da região metropolitana de São Paulo, segundo estimativa do relatório de andamento nº 7 da Secretaria do Planejamento do Município de São Paulo e dos estudos da Empresa de Planejamento Metropolitano do Estado de São Paulo a partir da pesquisa Origem e Destino, de 1977.

2. SITUAÇÃO DO ABASTECIMENTO DE GÊNEROS ALIMENTÍCIOS

Não são muitos os estudos disponíveis sobre o problema do abastecimento dessas populações e a maioria deles referem-se à situação de cinco ou dez anos atrás.

De um modo geral, as principais conclusões a que chegaram estes estudos são as seguintes:-

- as populações de baixa renda gastam parte importante do orçamento familiar na aquisição de gêneros alimentícios (aproximadamente 50%/55%, na faixa de 1 a 3 salários mínimos).
- as quantidades adquiridas são inferiores às das famílias de renda mais elevada, registrando-se, em um estudo de 1978, deficiências da ordem de 16%, na ingestão de alimentos calóricos entre as famílias de mais baixa renda.
- além de gastar muito e comprar pouco, essas famílias pagam, pelos produtos que adquirem, preços mais elevados do que os preços médios do mercado, porque vivem em bairros distantes, servidos por equipamentos varejistas pequenos e insuficientes.

(*) - Para o Município de São Paulo a população objeto do estudo - renda entre menos de 1 e 3 salários mínimos regionais - estimada para 83 é de 2.112.470 pessoas.

- para atender exigências de escala de operação, os equipamentos varejistas modernos, como os supermercados e "mini-boxes", que costumam vender a preços mais baixos, não se instalam nos bairros periféricos enquanto estes não atingem uma densidade demográfica significativa;
- com o acelerado crescimento da região metropolitana, tem se acelerado também a tendência de estender a rede de supermercados à periferia da cidade;
- as margens de comercialização dos atacadistas e varejistas em relação aos gêneros que compõem a cesta alimentar das populações de baixa renda variam significativamente de produto para produto, de época para época do ano e (especialmente em relação aos produtos mais sensíveis às variações climáticas) de ano para ano. Nos anos normais, essas margens podem representar, no que se refere ao arroz e ao feijão - os dois produtos fundamentais da dieta dos grupos de baixa renda - aproximadamente, 15% e 25% do preço final desses produtos, respectivamente;
- os preços dos gêneros alimentícios básicos estão sujeitos a manipulações especulativas, em decorrência dos oligopsônios e oligopólios que operam nesse mercado.

3. HÁBITOS E ORGANIZAÇÕES DE COMPRAS

A fim de atualizar e de detalhar algumas informações proporcionadas pelos estudos examinados, a equipe realizou três sondagens rápidas e preliminares:

- uma verificação acerca das diferenças entre os preços de arroz, feijão e óleo de soja, dos supermercados do centro (grandes), supermercados da periferia, mercadinhos e empórios também da periferia nas zonas leste e oeste da cidade;
- pesquisa de hábitos de compra de alimentos entre 200 famílias de renda familiar inferior a três salários mínimos regionais, nas zonas norte, sul e leste da Capital e em bairros da periferia de Osasco;
- análise da estrutura e do funcionamento de uma cooperativa de consumo e de 8 organizações de compras, formadas por consumido

res de baixa renda, na região do ABC, na zona sul de São Paulo e em Osasco.

Apesar do caráter limitado e preliminar dessas averiguações, pode-se admitir que elas confirmam, em linhas gerais, as conclusões dos estudos anteriores, nos aspectos de peso dos gastos com alimentos no orçamento doméstico das famílias; diferenciais de preços entre os supermercados e os mercadinhos e empórios da periferia; acelerada penetração dos supermercados na região periférica.

Os estudos permitiram, também, definir com mais detalhes a cesta alimentar, as quantidades de alimentos, a periodicidade das compras, as formas de pagamento e os tipos de estabelecimentos em que essas populações se abastecem costumeiramente. Finalmente possibilitaram um conhecimento melhor das formas de organização que as populações da periferia estão ensaiando, a fim de conseguir preços menores pelos gêneros que adquirem.

Em traços esquemáticos, essas modalidades de compras podem ser assim resumidas:-

- vinte e trinta famílias de uma região reúnem-se para efetuar, em comum, as compras de certos gêneros alimentícios;
- as compras realizam-se mensalmente, de acordo com o seguinte procedimento:-
 - alguns dias antes da data da compra, os coordenadores do grupo visitam as famílias e recolhem a lista dos pedidos e o dinheiro correspondente ao valor das suas compras (esse valor é baseado no preço pago pelos produtos na compra anterior);
 - no dia anterior à compra, os coordenadores se reúnem, somam os pedidos e elaboram a lista de compras do conjunto;
 - no dia da compra, os coordenadores dirigem-se, em veículos normalmente cedidos por alguns dos dirigentes contra unicamente o pagamento do preço do combustível, à zona atacadista e efetuam as compras, transportando os gêneros a um local de empacotamento e organização de sua distribuição;

- nesse local, com o auxílio de voluntários, são preparadas as cestas de várias famílias e feitas as correções nas estimativas do valor das suas compras em função dos preços efetivamente pagos;
- a seguir, as compras são transportadas, pelos mesmos veículos, às casas dos membros dos grupos (as casas mais afastadas nunca estão numa distância maior que 2,5 a 3 Km, do local de distribuição);
- as diferenças para mais ou para menos entre as quantias entregues pelas famílias e o preço pago pela compra conjunta são liquidadas na entrega ou por ocasião da compra seguinte.

A análise dessa modalidade de compra evidencia, primeiramente, a grande agilidade do mecanismo, a facilidade e a economia de recursos para criá-los e fazê-los operar. A simplicidade da operação faz com que todos possam estar plenamente informados sobre as transações efetuadas e isto contribui para a solidificação do grupo. A economia obtida, segundo as verificações procedidas, é moderada (11%), pois embora operando em uma escala superior, o volume de compras ainda é muito reduzido para que os grupos possam conseguir descontos mais significativos no mercado atacadista.

A cooperativa de consumo analisada, que atua na região do ABC, reúne 300 famílias e opera, de modo descentralizado, como se fosse um conjunto de dez grupos de compra. A diferença fundamental desta forma em relação à anterior reside, pois, na estocagem dos produtos e em uma operação financeira mais complexa, uma vez que movimenta quantidades superiores de produtos e efetua compras e vendas a prazo. Não se conseguiram evidências de que esta modalidade apresenta vantagens significativas em relação à anterior, porque as reduções de preços decorrentes da maior escala das operações são compensadas pelo custo mais elevado da operação.

1. ENFOQUE DO PROBLEMA

O problema do abastecimento de gêneros alimentícios é usualmente enfocado a partir de dois ângulos: do lado da eficiência dos meios de comercialização, buscando diagnosticar e eliminar os estrangulamentos que determinam o aumento dos custos da intermediação entre a produção e o consumo; do lado da organização do mercado, trata-se de impedir práticas especulativas de agentes situados em posições de força no circuito de comercialização.

Os estudos examinados baseiam-se fundamentalmente nesse enfoque, concentrando-se principalmente na análise da eficiência dos meios de comercialização. Em consequência, os planos e programas de ação do poder público no campo do abastecimento tem-se voltado quase que exclusivamente à ampliação e modernização das instalações e equipamentos físicos de comercialização (armazéns, silos, terminais de venda, mercados distritais etc). No tocante ao aspecto da distribuição da renda, tudo se resume no tabelamento de certos produtos.

DIRETRIZES PARA UMA AÇÃO DO

GOVERNO ESTADUAL

Sem negar a importância da modernização dos meios de comercialização e de controle dos gêneros alimentícios, este enfoque do problema do abastecimento não é suficientemente amplo para abranger todos os seus aspectos e, especialmente, aqueles que são relevantes para melhorar a situação das populações de baixa renda.

Para atingir este objetivo, é preciso examinar a questão de um ângulo mais amplo, que inclui os problemas de abastecimento, mas que vai mais além, abrangendo todo o circuito da produção, intermediação e consumo dos alimentos básicos.

Para definir este novo enfoque, pode-se partir dos estudos que constataam diferenciais entre os preços dos produtos nos supermercados do centro e na periferia da cidade. Através desses estudos constatamos que mesmo que as populações periféricas conseguissem comprar a preços de supermercados, o gasto com alimentação seria bastante elevado em relação ao seu nível de renda. Em tais circunstâncias, para atacar o cerne da questão, não basta realizar um esforço para modernizar os meios de comercialização. É preciso, simultaneamente reduzir de modo substancial o preço mé-

1. ENFOQUE DO PROBLEMA

O problema do abastecimento de gêneros alimentícios é usualmente enfocado a partir de dois ângulos: do lado da eficiência dos meios de comercialização, buscando diagnosticar e eliminar os estrangulamentos que determinam o aumento dos custos da intermediação entre a produção e o consumo; do lado da organização do mercado, trata-se de impedir práticas especulativas de agentes situados em posições de força no circuito da comercialização.

Os estudos examinados baseiam-se fundamentalmente nesse enfoque, concentrando-se principalmente na análise da eficiência dos meios de comercialização. Em consequência, os planos e programas de ação do poder público no campo do abastecimento tem se voltado quase que exclusivamente à ampliação e modernização das instalações e equipamentos físicos de comercialização (armazéns, silos, terminais de venda, mercados distritais etc). No tocante ao aspecto da distribuição da renda, tudo se resume no tabelamento de certos produtos e na sempre precária fiscalização do cumprimento dessas medidas.

Sem negar a importância da modernização dos meios de comercialização e de controle dos gêneros alimentícios, este enfoque do problema do abastecimento não é suficientemente amplo para abranger todos os seus aspectos e, especialmente, aqueles que são relevantes para melhorar a situação das populações de baixa renda.

Para atingir este objetivo, é preciso examinar a questão de um ângulo mais amplo, que inclui os problemas de abastecimento, mas que vai mais além, abrangendo todo o circuito da produção, intermediação e consumo dos alimentos básicos.

Para definir este novo enfoque, pode-se partir dos estudos que constataam diferenciais entre os preços dos produtos nos supermercados do centro e na periferia da cidade. Através desses estudos, constatamos que mesmo que as populações periféricas conseguissem comprar a preços de supermercados, o gasto com alimentação seria bastante elevado em relação ao seu nível de renda. Em tais circunstâncias, para atacar o cerne da questão, não basta realizar um esforço para modernizar os meios de comercialização. É preciso, simultaneamente reduzir de modo substancial o preço mé-

dio dos alimentos básicos.

As possibilidades de abaixar os preços dos produtos agrícolas, além do aperfeiçoamento dos meios de comercialização, dependem, fundamentalmente, de dois fatores:-

- maior equilíbrio entre os diversos agentes do mercado: fabricantes de insumos - produtores agrícolas - intermediários, consumidores, a fim de criar condições reais de atacar, pela raiz, o problema da especulação;
- políticas econômicas cujas prioridades e atuação efetiva objetivem o barateamento do preço dos alimentos, a fim de alterar mecanismos que provoquem a elevação dos preços.

No quadro da economia brasileira, para se conseguir um equilíbrio maior entre os vários agentes do mercado de alimentos, é preciso, substancialmente, fortalecer a posição dos pequenos e médios produtores e a dos consumidores, nesse mercado. Isto supõe um esforço destinado a estimular a organização dessas duas categorias, a fim de que possam operar em escalas superiores, alcançando, em consequência, maior poder de negociação.

A mudança das políticas que influem na produção e na comercialização dos alimentos requer, por sua vez, a criação de uma forte pressão da opinião pública, a fim de superar as pressões dos grupos que se beneficiam das políticas atuais e as sustentam. Torna-se imprescindível, pois, a criação, entre os pequenos e médios produtores e entre os vários extratos de consumidores, de uma consciência mais esclarecida sobre a influência dessas políticas na situação alimentar da população.

Um enfoque adequado para dar solução real à situação da alimentação das populações mais pobres da Grande São Paulo - um universo de cerca de 4 milhões de pessoas - visualiza o problema, principalmente, a partir da organização e conscientização dos elos mais débeis do circuito produção/comercialização: os pequenos e médios produtores e os consumidores de baixa renda.

2. INTERVENÇÃO DO GOVERNO ESTADUAL

De início pressupõe-se que existe uma incompatibilidade entre o

objetivo e os meios de que se dispõe na administração estadual para atingi-lo. Esta constatação não pode, contudo, servir de justificativa para que o Governo do Estado se exima do dever de intervir nesse terreno, pois, embora limitada, sua atuação pode ter efeitos bastante significativos.

Obviamente, a formulação de uma estratégia de ação, a partir da organização e conscientização de certos agentes do mercado de gêneros alimentícios não implica no abandono de outros programas e de outros setores desse mercado, mas supõe o seu redirecionamento e sua articulação com essa estratégia mais geral.

Com efeito é, sem dúvida, importante ampliar as instalações modernas de venda no atacado, como o Terminal do Jaguaré e as Ceasas do interior, para que o processo de escoamento dos gêneros alimentícios flua normalmente nas cidades maiores. Mas, a experiência dos últimos vinte anos parece indicar, muito claramente, que o simples esforço de ampliação da infra-estrutura física, sem a contrapartida das modificações na estrutura e no funcionamento do comércio atacadista, não foi suficiente para eliminar a concentração e a especulação no mercado de gêneros alimentícios.

As campanhas de vendas de alimentos a preços reduzidos, por seu lado, não trazem solução cabal ao problema do abastecimento das populações mais pobres posto que, afinal, é difícil manter essas campanhas por longo tempo e evitar que elas se desviem de suas reais finalidades. Necessárias em determinadas conjunturas, as campanhas representam soluções apenas parciais ao problema que se pretende resolver.

O estímulo à organização e à conscientização de produtores e consumidores - que constitui o eixo de uma estratégia baseada no enfoque aqui proposto - não significa o desconhecimento da necessidade e da importância dos intermediários no funcionamento eficiente do sistema de abastecimento de gêneros alimentícios da cidade. Significa apenas que a maior eficiência desse sistema supõe um equilíbrio mais expressivo entre os vários segmentos e que, para conseguir este equilíbrio, nas atuais circunstâncias, é preciso que o governo estadual apóie, de modo preferencial, os elos mais frágeis dessa cadeia: os pequenos e médios produtores

e os consumidores de baixa renda.

Definidos os limites e as características da intervenção da administração estadual no problema, pode-se passar à formulação dos aspectos fundamentais da estratégia a ser seguida, para torná-la realmente eficaz.

Dados os objetivos deste relatório, a estratégia formulada abrange apenas a ação destinada a organizar e conscientizar os consumidores de baixa renda.

3. ESTRATÉGIA

O esboço da estratégia para aumentar o nível de consciência e de organização dos consumidores, pode ser formulado a partir dos seguintes critérios:-

- a) diferenciação dos consumidores e estabelecimento de prioridade aos de rendas mais baixas.

A necessidade de diferenciar os consumidores por extratos (que se reflete na exigência de formulação de programas diferenciados para cada extrato) decorre, fundamentalmente, das diferenças de renda, de hábitos de consumo e de cultura entre eles. Tais diferenças fazem com que programas adaptados às condições de uns sejam impróprios para outros. Há, no Brasil, uma longa tradição de programas de cunho social destinados às camadas mais pobres e que terminam aplicando a quase totalidade dos seus recursos em benefício dos grupos de altas rendas, por falta de normas precisas e eficazes que neutralizem essa tendência natural do próprio sistema econômico e social em que vivemos.

A prioridade aos grupos de rendas baixas justifica-se por motivos sociais, uma vez que são estes os consumidores mais severamente castigados pelas distorções do atual sistema de abastecimento, e, também, por razões eminentemente práticas: constituindo a categoria que destina a maior parte do orçamento doméstico à aquisição de alimentos, os consumidores de baixa renda são os mais interessados em participar dos programas do governo e os mais dispostos a modificar seus hábitos de

compra, a fim de adaptá-los às exigências de uma operação mais racional.

b) articulação simultânea dos três objetivos:

- conscientizar;
- organizar;
- baratear preços.

Os dois primeiros objetivos só poderão ser atingidos se houver um elevado grau de participação dos próprios beneficiários nos programas governamentais. Esta condição influencia, necessariamente, o tipo, a magnitude e o ritmo desses programas, podendo até criar uma contradição entre os dois primeiros e o último dos três objetivos assinalados. Com efeito, se o governo estadual viesse a intervir no mercado, fazendo uso exclusivamente do seu aparelho técnico-administrativo e sem condicionar a atuação deste ao ritmo da resposta ou da solicitação dos consumidores de baixa renda, poderia conseguir, em menor prazo, resultados mais significativos em termos de barateamento dos preços de certos produtos. Mas esses resultados a curto prazo seriam ilusórios. Em pouco tempo a solução tecnocrática ver-se-ia comprometida, pela falta de apoio capaz de sustentá-la diante das pressões dos grupos por ela negativamente afetados.

Conseqüentemente, embora seja necessário obter, de imediato, resultados palpáveis, uma estratégia correta de solução do problema precisa ajustar esse objetivo à consecução dos outros dois objetivos igualmente importantes: a conscientização e organização dos consumidores.

c) operação exclusiva com grupos de consumidores, admitindo-se, porém, grande flexibilidade quanto às formas de organização desses grupos.

Os programas de divulgação de informações sobre as condições de mercado, de capacitação de consumidores e de redução dos preços de produtos, deverão dirigir-se, exclusivamente, a grupos e não a indivíduos isolados.

As formas e as dimensões desses grupos poderão ser as mais di

versas dando-se, contudo, preferência aos grupos de menor porte, organizados nos moldes das iniciativas de compras comunitárias.

As razões dessa preferência são as seguintes:-

- a organização de grupos de pequeno porte, que não exigem formalização jurídica, permitirá que se imprima uma velocidade inicial bastante rápida aos programas do governo;
- a reduzida dimensão dos grupos possibilitará (especialmente, no caso dos programas de distribuição de alimentos mais baratos) uma operação extremamente econômica, uma vez que esses grupos atuam sem necessidade de funcionários remunerados ou de locais de armazenamento dos gêneros;
- o pequeno número de participantes, e a simplicidade das operações permitem que todos os membros possam entender, acompanhar, opinar e fiscalizar tudo o que está sendo feito. Estes constituem os requisitos primeiros e indispensáveis da conscientização e da organização dos consumidores.

Preferência não significa exclusividade, de modo que nada impede a integração de cooperativas de consumo, sindicatos e outras organizações nos programas do governo, sempre que os requisitos de eficácia aqui mencionados sejam efetivamente satisfeitos.

d) articulação dos grupos de consumidores para alcançar uma escala de operações mais favorável e aproximar os consumidores dos produtores.

Se os grupos de consumidores operarem de um modo dispersivo no mercado, seu poder de barganha - posto que superior ao dos consumidores individuais - ainda será reduzido. Torna-se, por isso, imprescindível articulá-los, para melhorar sua posição diante das outras forças do mercado.

Além de estimular a articulação dos grupos de consumidores, os programas do governo estadual deverão estimular a articulação entre esses grupos e os produtores, objetivando criar ca-

nais alternativos de distribuição de certos produtos, como meio de favorecer uma competição mais ampla entre as forças que operam no mercado.

e) capacitação dos dirigentes dos grupos de consumidores.

Como se assinalou no diagnóstico, a possibilidade de reduzir, substancialmente, o preço dos alimentos constitui meta de longo prazo, condicionada ao fortalecimento de produtores e consumidores no mercado e ao aumento da capacidade de pressão desses grupos sobre as políticas agrícolas. Em decorrência disto, um dos aspectos básicos da estratégia proposta consiste na capacitação dos dirigentes dos grupos de consumidores, de modo que estes possam identificar, claramente, os efeitos das políticas e dos mecanismos do mercado sobre os consumidores, tornando-se, assim, aptos para defenderem os interesses deste grupo nos vários foros em que se decidem as políticas de produção, comercialização e abastecimento.

LINHAS BÁSICAS DE UM PROGRAMA DE APOIO ÀS
ORGANIZAÇÕES DE CONSUMIDORES
DE BAIXA RENDA

1. ARTICULAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES DE CONSUMIDORES EM UM SISTEMA

As considerações anteriores permitem ver que a estratégia de conscientização e organização dos consumidores requer a realização de diversos programas e envolve a participação de vários órgãos do Governo.

Um desses programas consiste na criação de um sistema de abastecimento de consumidores de baixa renda (entre zero e três salários mínimos de renda familiar) baseado na operação dos grupos de compras comunitárias.

O sistema seria formado por três elementos distintos:

- uma rede de grupos de compra, abrangendo os bairros periféricos e regiões envolvidas da Grande São Paulo;
- uma empresa pública destinada a articular os grupos de compra, para que operem conjuntamente no mercado e a facilitar as transações;
- órgãos de informação.

LINHAS BÁSICAS DE UM PROGRAMA DE APOIO ÀS ORGANIZAÇÕES DE CONSUMIDORES DE BAIXA RENDA

2. DISTRIBUIÇÃO DAS FUNÇÕES

O sistema operaria na etapa de comercialização dos gêneros alimentícios, mediante a aquisição de produtos e sua venda.

As funções dos três integrantes seriam as seguintes:

Grupo de Compra: - (30 a 40 famílias)

- elaboração das listas de produtos a serem comprados;
- coleta do dinheiro necessário para efetivação das compras;
- empacotamento do produto, para distribuição às famílias associadas;
- transporte das mercadorias do local de empacotamento até às casas das famílias associadas.

Empresa:

- coleta de preços de atacado ou de produtor;

1. ARTICULAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES DE CONSUMIDORES EM UM SISTEMA

As considerações anteriores permitem ver que a estratégia de conscientização e organização dos consumidores requer a realização de diversos programas e envolve a participação de vários órgãos do Governo.

Um desses programas consiste na criação de um sistema de abastecimento de consumidores de baixa renda (entre zero e três salários mínimos de renda familiar) baseado na operação dos grupos de compras comunitárias.

O sistema seria formado por três elementos distintos:

- uma rede de grupos de compra, abrangendo os bairros periféricos e regiões envolventes da Grande São Paulo;
- uma empresa pública destinada a articular os grupos de compra, para que operem conjuntamente no mercado e a facilitar as transações diretas entre grupos de consumidores e produtores de gêneros alimentícios, a fim de criar canais alternativos de abastecimento da população;
- órgãos de informação e capacitação.

2. DISTRIBUIÇÃO DAS FUNÇÕES

O sistema operaria na etapa de comercialização dos gêneros alimentícios, mediante a aquisição de produtos e sua venda.

As funções dos três integrantes seriam as seguintes:

Grupo de Compra:- (30 a 40 famílias)

- elaboração das listas de produtos a serem comprados;
- coleta do dinheiro necessário para efetivação das compras;
- empacotamento do produto, para distribuição às famílias associadas;
- transporte das mercadorias do local de empacotamento até às casas das famílias associadas.

Empresa:-

- coleta de preços de atacado ou de produtor;

- compra de mercadorias, na qualidade de representante dos grupos de compra;
- transporte das mercadorias dos armazéns dos fornecedores até os locais de empacotamento indicados pelos grupos de compra.

Coordenadoria de Abastecimento:-

- divulgação dos preços e condições de comercialização dos gêneros alimentícios;
- organização de cursos e atividades de capacitação para dirigentes e integrantes de grupos de compra.

3. PRODUTOS

Inicialmente, o sistema concentraria suas atividades nos seguintes produtos:- arroz, feijão, batata, cebola, óleo, ovos e farinha, uma vez que, de acordo com os estudos e pesquisas realizados, são estes os produtos atualmente mais consumidos pelas populações de menor renda. Além disso, o consumo diário desses produtos em quantidades suficientes, proporcionará às famílias integrantes da rede, calorias e proteínas suficientes para manter um nível de nutrição adequado. (Está sendo examinada a possibilidade de se incluir uma sacola semanal de verduras na relação dos produtos a serem comercializados no sistema).

4. FORNECEDORES

Os produtos são adquiridos de:- produtores; da Companhia de Financiamento da Produção; de atacadistas; maquinistas e industriais.

5. FORMA DE OPERAR

O sistema operaria da seguinte forma:

- para ingressar no sistema os grupos teriam de ser registrados na Empresa, bastando para isto a apresentação da relação dos seus membros e indicação do nível de renda familiar de cada um deles;

- por ocasião do ingresso, além de indicar os coordenadores, cada grupo estabeleceria com a Empresa um dia certo do mês para a entrega do seu pedido de compras e um dia certo para o recebimento das mercadorias no local de empacotamento;
- as compras mensais de cada grupo oscilariam entre 300 e 500 mil cruzeiros (no caso de cooperativas de consumo, sindicatos e outras entidades, o valor das compras seria evidentemente superior);
- diariamente, os grupos correspondentes entregariam à Empresa os seus pedidos;
- de posse destes, a Empresa faria uma coleta de preços entre os fornecedores e efetuaria a operação de compra, na qualidade de representante comercial dos grupos adquirentes.

Nessas condições, a operação de vendas se formalizaria, para todos os efeitos (inclusive tributários) entre o fornecedor e os consumidores integrantes do grupo.

- efetuada a operação, o valor da compra, assim como o custo do transporte e das demais despesas que a Empresa tivesse com a operação, seriam comunicados, por telefone, aos coordenadores dos grupos;
- de posse dessa informação os coordenadores providenciariam (se já não o houvessem feito por ocasião da coleta dos pedidos) o recolhimento da importância total da compra (preço mais custos), depositando o dinheiro em conta da Empresa, na agência bancária que esta indicar;
- comunicados os depósitos, a Empresa providenciaria o carregamento da mercadoria nos armazéns do fornecedor e seu transporte até os locais de empacotamento indicados pelos grupos;
- neste local, a mercadoria seria recebida e conferida pelos coordenadores, entregando-se o correspondente recibo ao transportador, após o que, se procederia, com ajuda de membros do grupo, ao empacotamento e à distribuição dos gêneros nas casas dos associados.

No caso de mercadorias adquiridas de produtores, este procedimento teria de ser alterado, em razão da maior quantidade de produ-

tos envolvidos nas transações, assim como da necessidade de trazerem os produtos de pontos longínquos e de armazená-los durante certo tempo. Esta alteração não afetaria, contudo, a natureza jurídica nem o esquema básico de operações da Empresa.

- mensalmente, a Empresa enviaria aos grupos, um boletim com informações pormenorizadas sobre suas atividades, como um meio de manter os consumidores atualizados acerca das condições do mercado de gêneros alimentícios e das atividades do sistema de abastecimento dos consumidores de baixa renda.

6. SITUAÇÃO DOS PEQUENOS VAREJISTAS

Uma possível objeção à validade do sistema aqui proposto refere-se à repercussão negativa difundida entre os pequenos varejistas que operam nos bairros periféricos.

Para examiná-la devidamente, é preciso colocar de modo correto a situação desses agentes na estrutura do comércio de gêneros alimentícios. Como se assinalou no diagnóstico, esses comerciantes estão sendo obrigados a sair do mercado ou a se especializarem na venda de certos produtos, por força da concorrência dos supermercados. O surgimento de um sistema de abastecimento como o que aqui se propõe poderia ter, depois de algum tempo de funcionamento, o efeito de acelerar esse processo, mas não afetaria sua tendência geral. Não tem sentido, portanto, deixar de atender aos consumidores mais pobres por medo de prejudicar um setor de comerciantes que está inexoravelmente condenado a sofrer profundas transformações.

Como o objetivo central do sistema proposto é de fortalecer a posição dos consumidores pobres e não o de eliminar qualquer segmento do mercado, pode-se abrir uma porta para que os pequenos varejistas se integrem no circuito das compras comunitárias. Esta possibilidade consistiria em permitir que os grupos de compra credenciem pequenos varejistas a atuar em seu nome, junto à Empresa. Nessa hipótese, as funções correspondentes ao grupo passariam a ser desempenhadas pelo Varejista. Contudo, para que os objetivos do sistema não viessem a ser frustrados em decorrência desta substituição, a faculdade de credenciar e de retirar a cre

dencial permaneceria sempre em mãos dos grupos de compra. Desse modo, o grupo poderia fiscalizar efetivamente o varejista, pelo menos em relação às operações realizadas através da Empresa, e essa fiscalização seria um elemento importante para a conscientização dos seus integrantes. Todos os cuidados deveriam ser tomados, porém, para deixar claro, perante os grupos de compra, que a eles e somente a eles caberia a responsabilidade de exercer a fiscalização dos varejistas que credenciassem para operar o sistema.

7. CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DA EMPRESA DE ABASTECIMENTO

a) Natureza e Objeto Social

A Empresa encarregada de articular os grupos de compra deverá assumir a forma de uma sociedade por ações de propriedade da CEAGESP.

Seu objeto social será a prestação de serviços de representação comercial a Grupos de Compra ou a Cooperativas de Consumo, Sindicatos e outras entidades que se dediquem a melhorar a situação de abastecimento de consumidores de baixas rendas.

A Empresa se dedicará, também, dentro de suas responsabilidades, a estimular a produção de gêneros alimentícios básicos no Estado de São Paulo.

b) Organização

A estrutura organizacional da Empresa será constituída pela Assembléia dos Acionistas, Conselho Fiscal, Conselho Consultivo, Diretor Executivo e Corpo de Funcionários.

A Assembléia de Acionistas terá as funções de:-

- formular a política geral da Empresa, aprovar o orçamento e o quadro de pessoal, nomear e destituir a Diretoria Executiva, ouvido sempre, o Conselho Consultivo;
- o Conselho Fiscal será constituído por três pessoas nomeadas pela Assembléia de Acionistas, com a função de fiscalizar todos os aspectos financeiros, contábeis e administrati

vos da Empresa, recomendando aos acionistas medidas para assegurar uma operação eficiente e correta da mesma;

- o Conselho Consultivo será integrado por cinco ou sete membros e terá por função fazer recomendações à Diretoria Executiva, ao Conselho Fiscal e à Assembléia dos Acionistas, sobre todos os assuntos que considere importantes, bem como de emitir opinião sobre as políticas, o orçamento, os produtos comercializados, o credenciamento de grupos e entidades, o quadro de pessoal e a nomeação ou destituição da Diretoria Executiva,

O Conselho Consultivo se reunirá mensalmente, com a presença do Diretor Presidente.

- a Diretoria Executiva, nomeada pelo Conselho Consultivo terá as funções de executar as políticas e o orçamento aprovados pela Assembléia de Acionistas; determinar a inclusão ou retirada de produtos da linha de operação da Empresa; fixar o custo dos serviços; estabelecer os métodos e procedimentos de trabalho; nomear, destituir e supervisionar o trabalho dos funcionários; credenciar e retirar credenciais de entidades; assistir às reuniões e prestar esclarecimentos ao Conselho Consultivo; representar a Empresa em juízo e fora dele;
- o corpo de funcionários, fixado pela Assembléia de Acionistas e composto pela Diretoria Executiva, terá a tarefa de executar as determinações dessa Diretoria, nos termos dos regulamentos e manuais de operação da Empresa.

INTRODUÇÃO

O projeto de abastecimento das populações de baixa renda, passa pela necessidade de constituir-se uma empresa, subsidiária da CEAGESP, que estará livre dos impedimentos legais que pesam sobre as companhias de armazéns gerais.

Esta empresa operacional, subsidiária da CEAGESP, destina-se a desempenhar um papel de agente aproximador entre os dois pontos extremos da cadeia do abastecimento.

Nosso estudo leva à constatação de que a oferta de produtos básicos para a alimentação, vem apresentando uma diminuição significativa.

VIABILIDADE

As razões ECONÔMICO-FINANCEIRA segundo boa parte dos analistas, está na substituição das áreas de plantio de bens de salário por áreas de plantio de produtos agrícolas destinados ao mercado externo, bem como da política de substituição de combustíveis líquidos de origem petrolífera, pelo programa do álcool.

Outro fator do empreendimento em questão, são os reflexos da política econômica recessiva ao nível das regiões metropolitanas, que provoca um achatamento salarial, aumentando significativamente a participação percentual do item alimentação nos orçamentos familiares.

É necessário deixar claro que o projeto em foco, não tem por finalidade o atendimento da população destituída de receita salarial, pois esta população deve ser objeto de um outro tipo de ação governamental.

Assim sendo, cabe ressaltar que o objetivo fundamental do nosso projeto é o de atender às necessidades alimentares da população de baixa renda (salários mínimos regionais), diminuindo, por via de consequência, o nível de participação do item alimentação nos respectivos orçamentos familiares.

I N T R O D U Ç Ã O

O projeto de abastecimento das populações de baixa renda, passa pela necessidade de constituir-se uma empresa, subsidiária da CEAGESP, que estará livre dos impedimentos legais que pesam sobre as companhias de armazéns gerais.

Esta empresa operacional, subsidiária da CEAGESP, destina-se a desempenhar um papel de agente aproximador entre os dois pontos extremos da cadeia do abastecimento.

Nosso estudo leva à constatação de que a oferta de produtos básicos para a alimentação, vem apresentando uma diminuição significativa.

As razões desta diminuição, segundo boa parte dos analistas, está na substituição das áreas de plantio de bens de salário por áreas de plantio de produtos agrícolas destinados ao mercado externo, bem como da política de substituição de combustíveis líquidos de origem petrolífera, pelo programa do álcool.

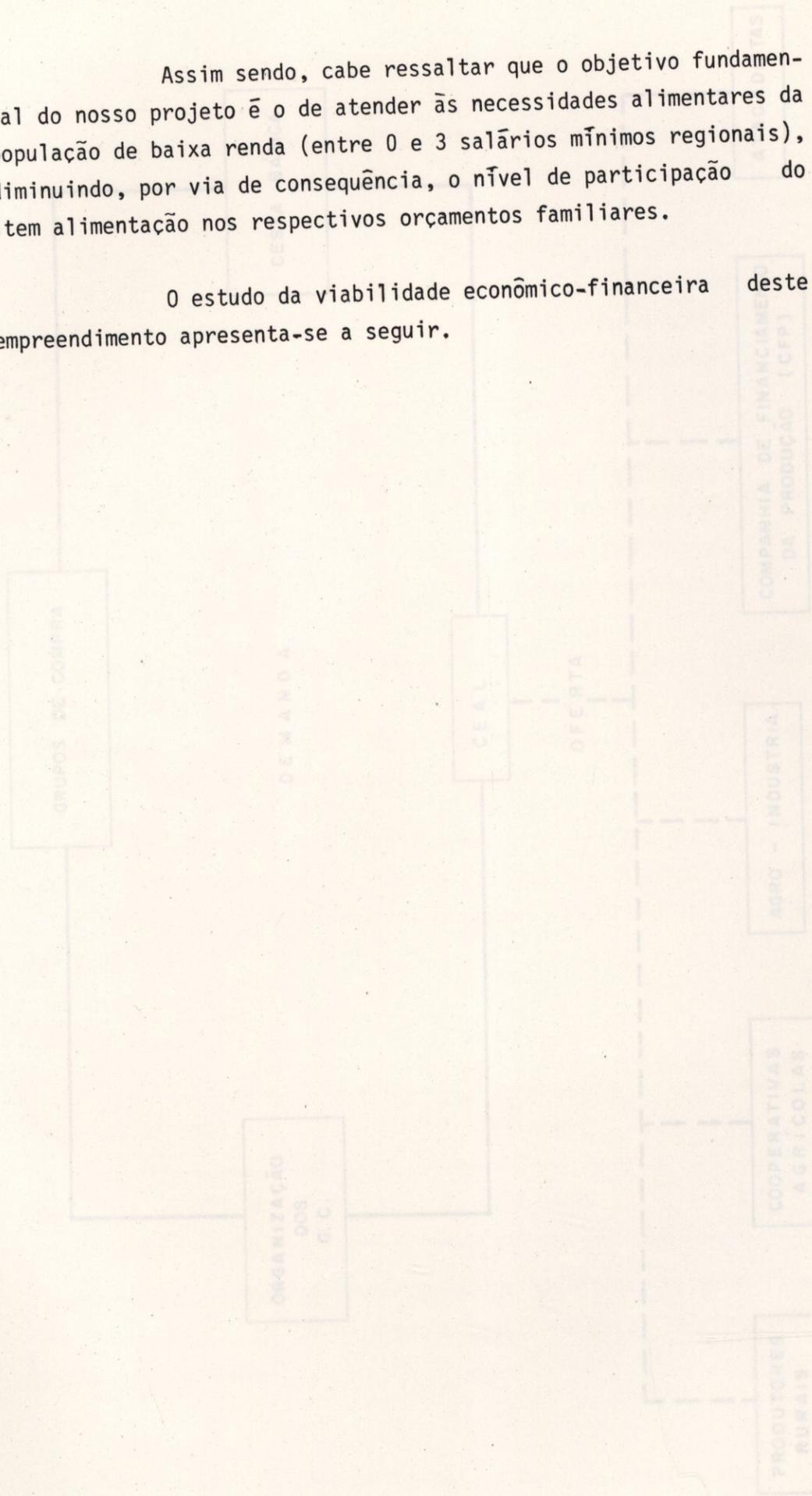
Outro fator do empreendimento em questão, são os reflexos da política econômica recessiva ao nível das regiões metropolitanas, que provoca um achatamento salarial, aumentando significativamente a participação percentual do item alimentação nos orçamentos familiares.

É necessário deixar claro que o projeto em foco, não tem por finalidade o atendimento da população destituída de receita salarial, pois esta população deve ser objeto de um outro tipo de ação governamental,

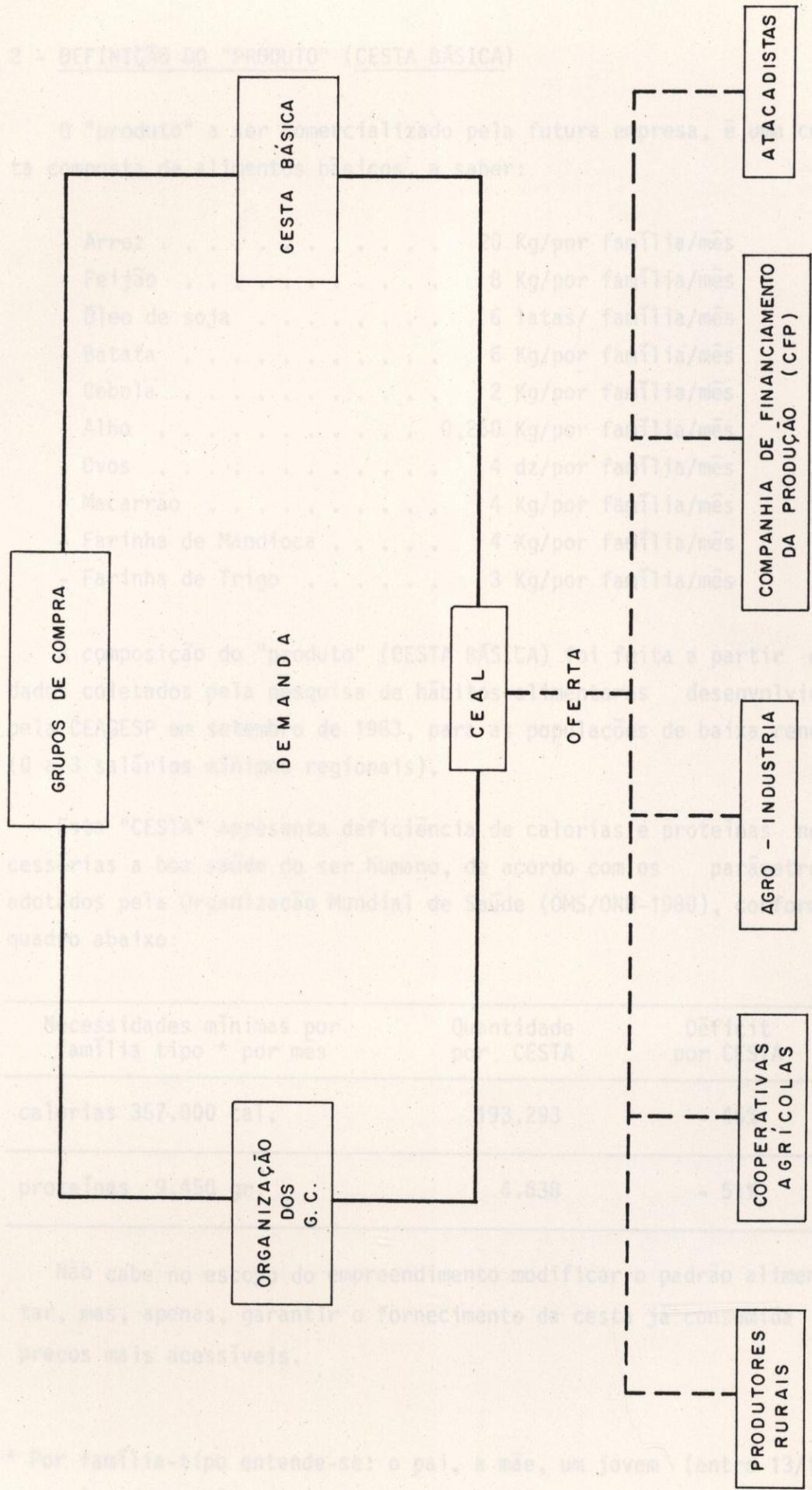
Assim sendo, cabe ressaltar que o objetivo fundamental do nosso projeto é o de atender às necessidades alimentares da população de baixa renda (entre 0 e 3 salários mínimos regionais), diminuindo, por via de consequência, o nível de participação do item alimentação nos respectivos orçamentos familiares.

O estudo da viabilidade econômico-financeira deste empreendimento apresenta-se a seguir.

1 - ESQUEMA OPERACIONAL SIMPLIFICADO



1 - ESQUEMA OPERACIONAL SIMPLIFICADO



G. C. - GRUPOS DE COMPRA
 CEAL - CIA. ESTADUAL DE ALIMENTAÇÃO

2 - DEFINIÇÃO DO "PRODUTO" (CESTA BÁSICA)

O "produto" a ser comercializado pela futura empresa, é uma cesta composta de alimentos básicos, a saber:

- Arroz	20 Kg/por família/mês
- Feijão	8 Kg/por família/mês
- Óleo de soja	6 latas/ família/mês
- Batata	6 Kg/por família/mês
- Cebola	2 Kg/por família/mês
- Alho	0,250 Kg/por família/mês
- Ovos	4 dz/por família/mês
- Macarrão	4 Kg/por família/mês
- Farinha de Mandioca	4 Kg/por família/mês
- Farinha de Trigo	3 Kg/por família/mês

A composição do "produto" (CESTA BÁSICA) foi feita a partir de dados coletados pela pesquisa de hábitos alimentares desenvolvida pela CEAGESP em setembro de 1983, para as populações de baixa renda (0 a 3 salários mínimos regionais).

Esta "CESTA" apresenta deficiência de calorias e proteínas necessárias a boa saúde do ser humano, de acordo com os parâmetros adotados pela Organização Mundial de Saúde (OMS/ONU-1980), conforme quadro abaixo:

Necessidades mínimas por família tipo * por mês	Quantidade por CESTA	Déficit por CESTA
calorias 357.000 cal.	193.293	- 46%
proteínas 9.450 gr.	4.638	- 51%

Não cabe no escopo do empreendimento modificar o padrão alimentar, mas, apenas, garantir o fornecimento da cesta já consumida a preços mais acessíveis.

* Por família-tipo entende-se: o pai, a mãe, um jovem (entre 13/17 anos) e duas crianças (entre 4 e 6 anos).

2.1. Custos Comparativos da CESTA BÁSICA

CESTA BÁSICA	Preço dos fornecedores potenciais da Empresa	Preços Mínimos praticados pelo mercado varejista de São Paulo	Diferença por item (%)
1. Arroz	7.080	7.700	8,06
2. Feijão novo carioca	5.760	7.708	25,28
3. Óleo de soja	4.800	5.141,4	6,65
4. Batata	900	1.850	51,36
5. Cebola	180	280	35,72
6. Alho	325	600	45,84
7. Ovos	1.612	2.144	24,82
8. Macarrão	3.240	3.564	9,10
9. Farinha Trigo	486	615	20,98
10. Farinha Mandioca	1.120	2.200	49,10
T O T A L	25.503	31.802,4	19,8

NOTA: 1. A economia da CESTA BÁSICA da Empresa em relação a uma CESTA BÁSICA idêntica, a preços mínimos praticados pelo mercado varejista, em 01.12.83 é de 19,8%, considerando-se os canais de abastecimento da área central do Município de São Paulo.

2. Deve-se salientar que de acordo com levantamentos efetuados pela equipe encarregada deste trabalho, constatou-se que ao nível da periferia do Município de São Paulo e em algumas áreas periféricas da Região Metropolitana, os preços praticados são superiores, variando de 5% a 13% no que se refere, pelo menos, aos itens arroz, feijão e óleo de soja, que representam aproximadamente 60% do custo total da CESTA BÁSICA. Portanto para essas populações a economia será ainda maior do que os 19,8% mencionados acima.

3 - DIMENSIONAMENTO FÍSICO

As instalações necessárias ao projeto foram calculadas para o atendimento de 500 grupos de compra. Cada grupo é constituído de 30 famílias, sendo cada uma composta por 5 membros. Deste modo o empreendimento atenderá nesta primeira etapa até 15.000 famílias - uma população de 75.000 pessoas.

3.1. Critérios de Dimensionamento para Armazenagem.

Para o cálculo de capacidade instalada necessária foram utilizados os seguintes critérios:

- a) dimensões da sacaria: volumes por saca/item.
- b) dimensões da caixaria: volumes por caixa/item.
- c) pesos por itens: altura de empilhamento.
- d) movimentação de carga e descarga.

3.2. Capacidade instalada para Armazenagem.

Arroz.....	250 m ²
Feijão.....	100 m ²
Óleo de soja.....	100 m ²
Batata.....	125 m ²
Cebola.....	100 m ²
Sub-Total.....	675 m ²
Alho	5 m ²
Macarrão	75 m ²
Farinha de Trigo.....	75 m ²
Farinha de Mandioca	50 m ²
Ovos.....	125 m ²
T O T A L	1005 m ²

3.3. Capacidade instalada para Administração.

A área prevista para a administração é de 135 m², amplamente suficiente para o atendimento das necessidades do projeto.

Esta instalação já existe na área prevista no projeto.

3.4. "Lay out" das instalações para armazenagem e administração. (anexo 1.1.)

4 - VIABILIDADE ECONÔMICA

Duas hipóteses básicas foram assumidas no presente estudo:

- os custos deverão acompanhar o valor da cesta;
- a mão-de-obra na reforma das instalações será fornecida pela manutenção da ÇEAGESP, não sendo debitada ao empreendimento estudado.

4.1. Investimentos

Cr\$

4.1.1. Anteprojeto e contratação de equipe destinada a formação de Grupos de Compra.....	3.000.000,00
4.1.2. Armazenagem: isolamento de área bruta de 1336 m ² do Pavilhão AMJ da ÇEAGESP, conforme orçamento (anexo 1.1).	1.632.689,00
4.1.3. Administração: reforma das instalações existentes, conforme orçamento (anexo 1.1).	1.503.999,00
4.1.4. Mobiliário e equipamento: o mínimo no que se refere a móveis e equipamentos de escritório, conforme orçamento (anexo 1.3)	2.769.900,00
4.1.5. Telefonia: 2 linhas-tronco com 2 aparelhos no valor de Cr\$ 2.400.000,00, mais 3 aparelhos para extensões no valor de Cr\$ 45.000,00	2.445.000,00
4.1.6. Materiais diversos para escritório	300.000,00
T O T A L	11.653.588,00

4.2. Custos Fixos

4.2.1. Aluguel	1.000.000,00
----------------------	--------------

OBS: O aluguel engloba os custos de energia elétrica, água, manutenção civil, limpeza e tributação.

	CR\$/MÊS
4.2.2. Pessoal: salários, encargos e benefícios sociais conforme detalhamento (anexo 1.2)	3.192.250,00
4.2.3. Telefone:	250.000,00
4.2.4. Material de escritório:	50.000,00
4.2.5. Material de expurgo	20.000,00
4.2.6. Diversos	<u>35.000,00</u>
Sub-Total	4.547.250,00
4.2.7. Depreciação (em 5 anos)	<u>194.226,47</u>
Custos Fixos - Total	Cr\$ 4.741.476,47

4.3. Custos Variáveis

4.3.1. Braçagem: Cr\$ 55,00/cesta (anexo).	825.000,00
4.3.2. Transporte e seguro: Cr\$ 152,00(cesta) (anexo 2.1.).	<u>2.280.000,00</u>
Custos Variáveis - Total	Cr\$ 3.105.000,00

4.4. Receita Estimada

Cr\$ 25.503,00 x 15.000 cesta/mês 382.545.000,00

4.5. Definição do preço de venda

Ao estudar-se a viabilidade econômico do projeto, constatou-se que o ponto de equilíbrio econômico da operação é atingido ao atender-se a 50 grupos de compra. Fez-se, a seguir, o "scale up" até o nível do atendimento de 500 grupos de compra, com a mesma capacidade instalada.

As economias que se podem obter constam do quadro abaixo, calculando-se de acordo com a seguinte fórmula:

$$E = \frac{(CF + CV) \cdot 100}{CM}$$

onde

- E = Economia
- CF = Custos Fixos
- CV = Custos Variáveis
- CM = Custo da Matéria Prima

Da aplicação desta fórmula obtivemos os seguintes índices de "mark up":

Para 50 a 500 Grupos de Compra;

$$M_{50} = \frac{(4.741.476 + 310.500).100}{38.254.000} = 13,20$$

$$M_{100} = \frac{(4.741.476 + 621.000).100}{76.509.000} = 7,00$$

$$M_{200} = \frac{(4.741.476 + 1.242.000).100}{153.018.000} = 3,91$$

$$M_{300} = \frac{(4.741.476 + 1.863.000).100}{229.527.000} = 2,87$$

$$M_{400} = \frac{(4.741.476 + 2.484.000).100}{306.036.000} = 2,36$$

$$M_{500} = \frac{(4.741.476 + 3.105.000).100}{382.545.000} = 2,05$$

Mantendo-se um "mark up" de 13,20%, necessário para cobrir os custos totais de um modelo projetado para 50 grupos ou 1.500 cestas básicas, podemos, a partir daí, obter as seguintes margens até o limite de capacidade de atendimento previsto para 500 grupos ou 15.000 cestas:

<u>Capacidade de Atendimento</u>	<u>Mark up</u>	<u>Margens</u>
G.C. 50	13,20%	0
G.C.100	7,0 %	6,20%
G.C.200	3,91%	9,29%
G.C.300	2,87%	10,33%
G.C.400	2,36%	10,84%
G.C.500	2,05%	11,15%

5 - CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Os resultados obtidos a partir do estudo efetuado, nos permitem estabelecer as seguintes conclusões:

- A empresa é viável do ponto de vista econômico e financeiro a partir do fornecimento da cesta básica para 50 Grupos de Compra, com uma margem de 13,2% (treze vírgula dois por cen

to). Com esta margem de 13,2%, a cesta custa Cr\$ 28.869,40. Isto já significa uma economia de cerca de 9% em relação aos preços mínimos de varejo.

b) A partir deste número de Grupos poderá haver uma redução gradativa do "Mark Up" correspondente ao volume de novos Grupos organizados, que poderão receber as seguintes destinações, isolada ou combinadamente:

- b.1. redução percentual de preços;
- b.2. reserva para futuros investimentos; e
- b.3. formação de estoques.

Para efeito ilustrativo, com 500 grupos, a cesta pode ser vendida por Cr\$ 26.025,81, o que possibilita uma economia de 18%, ou Cr\$ 5.776,59 por cesta. Este valor atinge 10% do salário mínimo regional vigente, e certamente será muito importante para o trabalhador melhorar o nível calórico e protéico de sua alimentação.

Parece lícito concluir que a redução de preços finais de venda do produto possam se acentuar, ao longo do tempo, inclusive pela possibilidade de manutenção de estoque de produtos, que dará, como decorrência, melhores condições de operacionalidade ao empreendimento.

A N E X O S

1. CUSTOS FIXOS

1.1. Dimensionamento e Orçamentos

1.2. Pessoal

1.3. Mobiliário e Equipamentos

2. CUSTOS VARIÁVEIS

2.1. Transportes

2.2. Carga e Descarga

ORÇAMENTOS DE REFORMA

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	QUANTIDADE	UNID.	PREÇO UNITÁRIO Cr\$	PREÇO DO SERVIÇO Cr\$	TOTAIS Cr\$
01	<u>RAMPA - 2,00 x 9,50</u>					
	1.1. Ferragem - CA-50 - 1/2"	155	K	368,00	57.040,00	
	1.2. Laje de concreto - 2,00 x 9,50 x 0,10	1,900	m³	19.270,00	36.613,00	<u>93.653,00</u>
02	<u>MURETA E ALAMBRADO COM PORTÕES</u>					
	95 m1 - 38 m²					
	2.1. Mureta					
	2.1.1. Blocos de concreto 20x20x40 = 494 unid.					
	2.1.2. Cimento = 98 K					
	2.1.3. Areia média = 0,46m³	38	m²	2.975,00	113.050,00	
	2.2. Alambrado					
	arame galv. malha quadrangu- lar - 2 1/2" fio 12	285	m²	1.536,00	437.760,00	
	2.3. Suportes em tubos de ferro galvanizado Ø 2 1/2" com 3,7 m cada	141	m1	5.138,00	724.458,00	

cont.

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	QUANTIDADE	UNID.	PREÇO UNITÁRIO Cr\$	PREÇO DO SERVIÇO Cr\$	TOTAIS Cr\$
2.4.	Portões em tubos de ferro galv. com tela de arame galvanizado					
2.4.1.	Tubos de ferro galv. Ø 2 1/2"	22	m ^l	5.138,00	113.036,00	
2.4.2.	Tela de arame galvaniza do 2 1/2" fio 12	9	m ²	1.536,00	13.824,00	1.402.128,00
<u>03 DEPÓSITO</u>						
3.1.	Revestimento da alvenaria danificada					
3.1.1.	Chapisco	15	m ²	148,00	2.220,00	
3.1.2.	Reboco	15	m ²	99,00	1.485,00	
3.1.3.	Caiação da parte interna	83	m ²	96,00	7.968,00	
3.2.	Troca de 5 chapas galvanizadas no teto - 2,0 x 1,0	5	un	7.458,00	37.290,00	
3.3.	Colocação de 6 luminárias com pletas 2 x 40 W	6	un	12.058,00	72.348,00	
3.4.	Colocação de 6 vidros martelados 0,30 x 1,00	1,80	m ²	8.665,00	15.597,00	136.908,00
SUB-TOTAL						1.632.689,00

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	QUANTIDADE	UNID.	PREÇO UNITÁRIO Cr\$	PREÇO DO SERVIÇO Cr\$	TOTAIS Cr\$
04	<u>ESCRITÓRIO</u>					
	4.1. Pintura : caiação da base em tijolos	40	m ²	96,00	3.840,00	
	4.2. Raspagem e aplicação de "sinteco" no piso	136	m ²	2.500,00	340.000,00	
	4.3. Paredes e tetos					
	4.3.1. Troca de 5 placas de fibro cimento 1,00 x 1,0	5	un	2.730,00	13.650,00	
	4.3.2. Pintura interna a base de latex	72	m ²	436,00	31.392,00	
	4.3.3. Pintura interna a óleo fosco cor verde	44	m ²	918,00	40.392,00	
	4.3.4. Colocação de caixilhos basculantes 1,00 x 0,90	10,80	m ²	13.810,00	149.148,00	
	4.3.5. Colocação de vidros transparentes	27	m ²	11.710,00	316.170,00	
	4.3.6. Colocação de 5 folhas de portas 0,80 x 2,10	5	un	6.000,00	30.000,00	
	4.3.7. Colocação de fechaduras de embutir completas	11	un	5.800,00	63.800,00	
	4.3.8. Aplicação de verniz em paredes e divisórias	138	m ²	521,00	71.898,00	
	4.3.9. Troca de placas de fibra de madeira no teto, com-pletas	10	m ²	2.752,00	27.520,00	

TOTAL GERAL (RUBRICAS 01 a 10) 1.503.999,00
TOTAL GERAL (RUBRICAS 11 a 20) 3.136.688,00

NOTA: Os valores são em Reais. Ponto de novembro de 1981.

ITEM	DISCRIMINAÇÃO	QUANTIDADE	UNID.	PREÇO UNITÁRIO Cr\$	PREÇO DO SERVIÇO Cr\$	TOTAIS Cr\$
4.3.10.	Pintura : caiação nas pa redes e tetos	160	m ²	96,00	15.360,00	
4.3.11.	Sanitários					
4.3.11.1.	Bacia sifonada completa	2	un	15.575,00	31.150,00	
4.3.11.2.	Lavatórios com pletos	2	un	12.650,00	25.300,00	
4.3.12.	Instalações elétricas					
4.3.12.1.	Quadro de luz 200 x 275 x 100 p/ 40A - 7 cir- cuitos	1	un	25.589,00	25.589,00	
4.3.12.2.	Luminárias fluo- rescentes ... 4 x 40 W	8	un	21.541,00	172.328,00	
4.3.12.3.	Plafonier com globo leitoso e lâmpada 60 W	6	un	1.785,00	10.710,00	
4.3.12.4.	Tomadas de luz simples de em- butir	20	un	731,00	14.620,00	
4.3.12.5.	Condutores a) 1,50 mm ² b) 2,50 mm ²	200 80	m m	90,00 124,00	18.000,00 9.920,00	
4.3.12.6.	Eletrodutos Ø 3/4" em barras 3 metros	40	un	2.230,00	89.200,00	
4.3.12.7.	Caixas de pas- sagem 4 x 2	34	un	118,00	4.012,00	
				TOTAL GERAL (armazenagem/escritório)	1.503.999,00	3.136.688,00

NOTA: Os valores são das "Planilhas Pini" de novembro de 1983.

CUSTO DE PESSOAL

SALÁRIOS : 670.000,00 - Gerente
540.000,00 - Assistente do Gerente
371.000,00 - Técnico de Contabilidade
292.000,00 - Encarregado de Serviços Gerais
282.000,00 - Escriturária (Datilografa)

Sub-Total 2.155.000,00

ENCARGOS SOCIAIS :

INPS 10,0%
SENAC 1,0%
INCRA 0,2%
FUNRURAL 2,4%
INPS 0,75%
(13º salário)
SALÁRIO FAMÍLIA 4,0%
SALÁRIO EDUCAÇÃO 2,5%
SALÁRIO MATERNIDADE 0,3%
SEGURO E ACIDENTE DO TRABALHO 2,5%
FGTS 8,0%
33,15%

Sub-Total 714.000,00

BENEFÍCIOS : estimados em 15% 323.250,00

TOTAL 3.192.250,00

MOBILIÁRIO E EQUIPAMENTOS

ANTEPROJETO E CONTRATAÇÃO DE EQUIPE DESTINADA

A FORMAÇÃO DOS GRUPOS DE COMPRA

			TOTAL
mesa c/ 6 gavetas	1	100.000	100.000,00
mesa de reunião	1	120.000	120.000,00
mesa c/ 3 gavetas	2	75.000	300.000,00
cadeira giratória	1	81.500	81.500,00
pesquisa de hábitos alimentares e da sede de abastecimento			1.174.673,28
Equipe para formação dos G.C.		63.000	63.000,00
mesas p/ telef. e listas	4	17.000	68.000,00
armários altos	2	93.250	186.500,00
armários de 2 gavetas		55.000	114.000,00
nº de estagiários		custo/estagiário salário + encargos	tempo em meses
8		76.055,28	3
custo da equipe para 3 meses			1.825.326,72
máquina de escrever	1	175.000	175.000,00
máquina de escrever elétrica	1	370.000	370.000,00
TOTAL			<u>3.000.000,00</u>
calculadora c/ impressora	1	70.000	70.000,00
			1.296.000,00
SUB-TOTAL			<u>2.769.900,00</u>
linhas telefônicas	2	1.200.000	2.400.000,00
aparelhos telefônicos	3	15.000	45.000,00
			2.445.000,00
materiais diversos para escritório			300.000,00
TOTAL GERAL			<u>5.514.900,00</u>

MOBILIÁRIO E EQUIPAMENTOS

MOBILIÁRIO E EQUIPAMENTOS	UNIDADES	PREÇO CR\$	TOTAL
mesa c/ 6 gavetas	1	100.000	100.000,00
mesa de reunião	1	120.000	120.000,00
mesa c/ 3 gavetas	4	75.000	300.000,00
cadeira giratória	1	81.500	81.500,00
cadeiras c/ braço	4	35.000	140.000,00
cadeiras simples p/ at.	10	30.000	300.000,00
armário baixo p/ tel.	1	63.000	63.000,00
mesas p/ telef. e listas	4	17.000	68.000,00
armários altos	2	93.250	186.500,00
arquivos de 2 gavetas	2	57.000	114.000,00
arquivo c/ 4 gavetas	1	99.000	99.000,00
			<u>1.473.900,00</u>
<u>2. CUSTOS VARIÁVEIS</u>			
Kardex 18 gavetas	1	400.000	400.000,00
Front Feed	1	230.000	230.000,00
máquina de escrever	1	175.000	175.000,00
máquina de escrever elétrica	1	370.000	370.000,00
calculadora de bolso	3	17.000	51.000,00
calculadora c/ impressora	1	70.000	70.000,00
			<u>1.296.000,00</u>
SUB-TOTAL			<u>2.769.900,00</u>
linhas telefônicas	2	1.200.000	2.400.000,00
aparelhos telefônicos	3	15.000	45.000,00
			<u>2.445.000,00</u>
materiais diversos para escritório			<u>300.000,00</u>
TOTAL GERAL			<u>5.514.900,00</u>

TRANSPORTE

A determinação dos custos estimados para o transporte necessário à operação de entrega das 5.000 cestas obedecerá aos seguintes cálculos:

- distância estimada a ser percorrida durante uma jornada de trabalho de 8 (oito) horas. 240 km
- capacidade de carga do caminhão 12 ton.

2. CUSTOS VARIÁVEIS

- quantidade de caminhões a serem atendidos num período de 4 horas 7 grupos
- custo por hora do caminhão incluindo o seguro \$ 100,00

$$7 \text{ G.C.} \times 210 \text{ cestas} \times 4 \text{ horas} = 1' , 14''$$
$$\text{Cr\$ } 9.100,00 \div 60' = \text{Cr\$ } 151,67 \times 1' , 14'' = \text{Cr\$ } 152,00 \text{ por cesta}$$
$$\text{Cr\$ } 152,00 \times 15.000 \text{ cestas} = \underline{\underline{\text{Cr\$ } 2.280.000,00}}$$

T R A N S P O R T E

CARGA E DESCARGA

A determinação dos custos estimados para o transporte necessário à operação de entrega das 5.000 cestas obedecerá aos seguintes cálculos:

- distância estimada a ser percorrida durante uma jornada de trabalho de 8 (oito) horas. 240 Km
- capacidade de carga do caminhão 12 ton.
- quantidade de grupos a serem atendidos num período de 4 horas 7 grupos
- custo por hora do caminhão incluindo o seguro 9.100,00

$$7.G.C. = 210 \text{ cestas} \div 4 \text{ horas} = 1', 14''$$

$$\text{Cr\$ } 9.100,00 \div 60' = \text{Cr\$ } 151,67 \times 1', 14'' \cong \text{Cr\$ } 152,00 \text{ por cesta}$$

$$\text{Cr\$ } 152,00 \times 15.000 \text{ cestas} = \underline{\underline{\text{Cr\$ } 2.280.000,00}}$$

CARGA E DESCARGA

Os custos de carga e descarga dos produtos componentes da cesta foram estimados a partir dos preços em vigor praticados pelas empresas especializadas, ou seja, Cr\$ 1,00 p/ kilo para o conjunto de operações relativas a carga e descarga, portanto, tendo cada Cesta Básica \pm 55 kg.

temos:

$$- 55 \text{ kg} \times \text{Cr\$ } 1,00 = 55,00$$

$$- 15.000 \text{ cestas} \times \text{Cr\$ } 55,00 = \underline{\underline{\text{Cr\$ } 825.000,00}}$$

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 - Alves, E.L.G. - NÍVEL ALIMENTAR, RENDA E EDUCAÇÃO, Revista AIBIA/SAPRO, São Paulo, (30): 17.44, 1977.
- 2 - Agune, A.C. - COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS HORTÍCOLAS NA REGIÃO METROPOLITANA DA GRANDE SÃO PAULO - São Paulo, 1982 - Dissert. (mestre) FGV.
- 3 - Barros, M. de S. et Alli - MERCADO VAREJISTA DE GÊNEROS ALIMENTÍCIOS DA GRANDE SÃO PAULO - uma abordagem estrutural - Agricultura em São Paulo, São Paulo 25 (1/2). 219 - 68 - 1978
- 4 - Brandt, S.A. - PESQUISAS DE MERCADOS E PREÇOS AGRÍCOLAS NO BRASIL - Reunião da Sociedade Brasileira de Economistas Rurais, Brasília, julho/1972.
- 5 - Campino, A.C.C. et Alli - PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS BÁSICOS - São Paulo, FIPE, 1978.
- 6 - Dini, R.M. et Alli - PROGRAMA DE APOIO E MODERNIZAÇÃO DA PEQUENA E MÉDIA EMPRESA VAREJISTA DE ALIMENTOS, Secretaria dos Negócios Metropolitanos, 77/78/79.
- 7 - Fundação do Desenvolvimento Administrativo - ESTUDOS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, 1971/78; Agricultura e Abastecimento - São Paulo - Fundap 1979 - 202p.
- 8 - São Paulo (Estado) - Secretaria de Agricultura e Abastecimento - Departamento de Cooperativismo - ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE COOPERATIVISMO DE CONSUMO E SUA VIABILIDADE ECONÔMICA, 3ª edição - São Paulo, 1981.

- 9 - Perez, L.H. et Alli - SUBSÍDIOS PARA A FORMULAÇÃO DE UMA POLÍTICA DE USO DO SOLO, VISANDO O ABASTECIMENTO NA REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO In: Congresso Paulista de Agronomia, 1, São Paulo, 1977.
- 10 - São Paulo (Estado) - Secretaria de Agricultura e Abastecimento - ABASTECIMENTO DA PERIFERIA DA GRANDE SÃO PAULO - São Paulo, 1977 - 47 p.
- 11 - Fundação Getúlio Vargas - FOOD CONSUMPTION IN BRAZIL, FAMILY BUDGET SURVEYS IN THE EARLY 60'S - Rio de Janeiro, 1970.
- 12 - Fundação IBGE - ESTUDO NACIONAL DA DESPESA FAMILIAR - ENDEF, Rio de Janeiro, IBGE, 1978.
- 13 - Fundação Instituto de Pesquisa - PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS BÁSICOS - São Paulo, 1978.
- 14 - Guimarães, O - O PAPEL DAS FEIRAS LIVRES NO ABASTECIMENTO DA CIDADE DE SÃO PAULO - USP - Instituto de Geografia, São Paulo, 1969.
- 15 - Kirsten, J.T. et Alli - ORÇAMENTOS FAMILIARES NA CIDADE DE SÃO PAULO, 1971/72 - São Paulo, FIPE, 1973 (Série Fipe Monografias, 3).
- 16 - Linhares, M.Y.L. - HISTÓRIA POLÍTICA DO ABASTECIMENTO (1918/1974) - Ministério da Agricultura - 1979.
- 17 - Muller, G. - AGRICULTURA E ALIMENTAÇÃO NO BRASIL - Subsídios para o estudo da evolução alimentar - nutricional nas metrópoles brasileiras no período 1960/75 - São Paulo, 1982 - 63p mimeo.
- 18 - Ministério da Agricultura - COBAL - COMERCIALIZAÇÃO DE HORTIGRANJEIROS NO BRASIL - Brasília, Agosto 1982.

- 19 - Nunes, E.M. et Alli, ALIMENTAÇÃO, NUTRIÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DE SÃO PAULO - REVISTA ABIA/SAPRO - São Paulo, 41-7, 1973.
- 20 - Revista Informações Econômicas 5-83 - EVOLUÇÃO RECENTE DA PRODUÇÃO DE FEIJÃO NO ESTADO DE SÃO PAULO - Instituto de Economia Agrícola, IEA, São Paulo, 1983.
- 21 - Singer Paul et Alli - DEMANDA POR ALIMENTOS NA ÁREA METROPOLITANA DE SALVADOR, caderno Cebrap, 1976.
- 22 - Veno, L.H. - PEDRAS NA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS HORTIFRUTÍCOLAS NA CIDADE DE SÃO PAULO - Informações Econômicas - São Paulo (3): 5 - 7, 1976.
- 23 - Vieira J.L.T.M. - O IMPACTO DA RENDA NO ESTADO NUTRICIONAL DAS FAMÍLIAS PAULISTANAS - São Paulo, 1976 - DISSERT (mestre) FEA/USP.
- 24 - O ABASTECIMENTO METROPOLITANO - In: Congresso Paulista de Agronomia, 2, São Paulo, 1979 -7p - mimeo.