



fundação edison vieira INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL

A COMPRA DE ALIMENTOS EM CURITIBA
PELA POPULAÇÃO DE BAIXA RENDA

CONVÊNIO

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA
O DESENVOLVIMENTO - PNUD
ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PA-
RA A AGRICULTURA E ALIMENTAÇÃO -
FAO
PROJETO FAO/PNUD/BRA/82/017
TRABALHO DE CAMPO 07

CURITIBA
AGOSTO/1984

I59c

IPARDES - Fundação Edison Vieira

A compra de alimentos em Curitiba pela população de baixa renda. - Curitiba, 1984.

53f.

Convênio FAO/BRA/80/017 Informe 07.

1. Alimento-Compra-População de baixa renda - Curitiba. 2. Abastecimento de alimentos-Curitiba. I. Título.

CDU 339.6:641 (816.21)

IPARDES-Fundação Edison Vieira

CARLOS ARTUR KRUGER PASSOS - *Diretor-Presidente*

HERBERT ANTONIO AGE JOSÉ - *Secretário Geral*

MARIANO DE MATOS MACEDO - *Coordenador Técnico*

EQUIPE TÉCNICA

CARLOS FREDERICO DE CAMARGO FAYET - (*Economista*) *Coordenador*

GRACIA MARIA VIECELLI BESEN - (*Socióloga*)

MARINA MARUYAMA MORI - (*Economista*)

PAULO WAVRUK - (*Economista*)

CONSULTORIA INTERNACIONAL

LUIS J. CHIODO JUVE - *Consultor em Comercialização Final de
Produtos Agropecuários*

ASSESSOR TÉCNICO PRINCIPAL - FAO

ANTONIO HECTOR GILES

PESQUISADORES

Clayr Carvalho Cruz - José Renato Chrestenzen - Luis Eduardo
V. Sebastiani - Miguel Scaramella Júnior

APOIO TÉCNICO OPERACIONAL

Alceu Souza, Deborah Ribeiro Carvalho Guimarães (*análise e
programação*) Lígia Maria Lobo (*tabulação*) Miguel Scaramella
Júnior (*digitação e operação*)

Antônia Schwinden (*editoração*) Marise Manoel (*revisão*) Norma
Consuelo dos Santos (*datilografia*) Nair Robles de Oliveira
Mattos (*desenho*) Edison Luiz Rigoni (*reprografia*)

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| LISTA DE TABELAS..... | v |
| INTRODUÇÃO..... | 1 |
| 1 OBJETIVOS..... | 3 |
| 2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS..... | 5 |
| 3 CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR..... | 11 |
| 3.1 ESTRATIFICAÇÃO DA RENDA FAMILIAR..... | 11 |
| 3.2 PROCEDÊNCIA DA RENDA FAMILIAR..... | 13 |
| 3.3 HABITAÇÃO E BENS DE CONSUMO DURÁVEIS..... | 14 |
| 3.3.1 Condição de Posse do Terreno..... | 14 |
| 3.3.2 Condição de Posse da Residência..... | 15 |
| 3.3.3 Material Predominante na Construção das Residências..... | 15 |
| 3.3.4 Bens de Consumo Duráveis..... | 16 |
| 4 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR..... | 19 |
| 4.1 PRODUTOS CONSUMIDOS..... | 19 |
| 4.2 QUANTIDADE E TIPOS DE PRODUTOS COMPRADOS..... | 21 |
| 4.2.1 Compras Mensais..... | 22 |
| 4.2.1.1 Quantidade..... | 22 |
| 4.2.1.2 Gasto mensal..... | 26 |
| 4.3 PERIODICIDADE DE COMPRA DE CADA PRODUTO..... | 29 |
| 4.4 LOCAL DE COMPRA..... | 32 |
| 4.5 DISTÂNCIA DO LOCAL DE COMPRA..... | 35 |
| 4.6 LOCOMOÇÃO AO LOCAL DE COMPRA..... | 38 |
| 4.7 RAZÕES DE COMPRA E NÃO-COMPRA..... | 40 |

| | | |
|-------|---|----|
| 4.8 | FORMAS DE PAGAMENTO..... | 46 |
| 4.9 | VOLUME E GASTO TOTAL..... | 47 |
| 4.9.1 | Compra e Gasto Segundo Tipo de Comércio | |
| | Varejista..... | 49 |
| 5 | RELAÇÃO GASTO COM RENDA FAMILIAR..... | 55 |

LISTA DE TABELAS

| | | |
|----|--|----|
| 1 | Estratificação da renda familiar nos estratos favela e área carente, segundo classes de renda, em Curitiba-1984..... | 12 |
| 2 | Estratificação da renda familiar no estrato classe média, segundo classes de renda, em Curitiba-1984..... | 12 |
| 3 | Frequência e média da renda, por estratos pesquisados, segundo procedência, em Curitiba-1984..... | 13 |
| 4 | Frequência da condição de posse do terreno, em números absoluto e percentual, por estratos pesquisados, em Curitiba-1984..... | 14 |
| 5 | Frequência da condição de posse da residência, em números absoluto e percentual, por estratos pesquisados, em Curitiba-1984..... | 15 |
| 6 | Frequência do tipo de material utilizado para construção de residências, por estratos pesquisados, em Curitiba-1984..... | 16 |
| 7 | Incidência de bens de consumo duráveis, em números absoluto e percentual, por estratos pesquisados, em Curitiba-1984..... | 16 |
| 8 | Número de produtos investigados, média do número de produtos comprados por família e relação percentual, segundo estratos pesquisados, em Curitiba-1984..... | 19 |
| 9 | Frequência do consumo dos 32 produtos nos estratos pesquisados, em Curitiba-1984..... | 20 |
| 10 | Quantidades mensais compradas per capita nos estratos pesquisados, segundo grupos de produtos, em Curitiba-1984..... | 23 |
| 11 | Quantidades mensais compradas per capita nos estratos pesquisados, em quilograma e percentual, segundo grupos de produtos, em Curitiba-1984..... | 24 |

| | | |
|----|--|----|
| 12 | Quantidade comprada per capita nos estratos pesquisados, em quilograma e percentual, segundo os dez principais produtos, em Curitiba-1984..... | 25 |
| 13 | Despesa média mensal per capita dos estratos pesquisados, em números absoluto e percentual, segundo grupos de produtos, em Curitiba-1984..... | 27 |
| 14 | Participação dos gastos dos estratos pesquisados, em números absoluto e percentual, segundo grupos de produtos, em Curitiba-1984..... | 28 |
| 15 | Principais produtos comprados, despesa média mensal per capita e percentual do total dos alimentos pesquisados, por estrato investigado, em Curitiba-1984..... | 29 |
| 16 | Periodicidade da compra dos 32 produtos nos estratos pesquisados, em Curitiba-1984..... | 30 |
| 17 | Periodicidade de compra nos estratos pesquisados, segundo os principais produtos, em Curitiba-1984..... | 31 |
| 18 | Local de compra dos três estratos pesquisados, em percentual, em Curitiba-1984..... | 32 |
| 19 | Compra dos três estratos pesquisados, em percentual, segundo tipos de supermercado, em Curitiba-1984..... | 34 |
| 20 | Distância do local de compra e percentual de compradores, segundo os estratos pesquisados e tipos de comércio, em Curitiba-1984..... | 37 |
| 21 | Meios de locomoção da população do estrato favela, segundo local de compra, em Curitiba-1984..... | 38 |
| 22 | Meios de locomoção da população do estrato área carente, segundo local de compra, em Curitiba-1984..... | 39 |
| 23 | Meios de locomoção da população do estrato classe média, segundo local de compra, em Curitiba-1984..... | 40 |
| 24 | Tipos de comércio procurados pela população do estrato favela, segundo razões apontadas, em Curitiba-1984..... | 41 |
| 25 | Tipos de comércio não-procurados pela população do estrato favela, segundo razões apontadas, em Curitiba-1984..... | 42 |

| | | |
|----|---|----|
| 26 | Tipos de comércio procurados pela população do estrato área carente, segundo razões apontadas, em Curitiba-1984..... | 43 |
| 27 | Tipos de comércio não-procurados pela população do estrato área carente, segundo razões apontadas, em Curitiba-1984..... | 44 |
| 28 | Tipos de comércio procurados pela população do estrato classe média, segundo razões apontadas, em Curitiba-1984..... | 45 |
| 29 | Tipos de comércio não-procurados pela população do estrato classe média, segundo razões apontadas, em Curitiba-1984..... | 46 |
| 30 | Formas de pagamento da população dos três estratos pesquisados, segundo local de compra, em Curitiba-1984..... | 48 |
| 31 | Compras mensais per capita e compras totais do estrato favela, em volume e valor, segundo os 32 produtos, em Curitiba-1984..... | 50 |
| 32 | Volume total das compras do estrato favela, por tipos de comércio, segundo os 32 produtos pesquisados, em Curitiba-1984..... | 52 |
| 33 | Gasto total do estrato favela, por tipos de comércio, segundo os 32 produtos pesquisados, em Curitiba-1984..... | 53 |
| 34 | Participação percentual de cada tipo de equipamento, em volume e valor, na favela, em Curitiba-1984..... | 54 |
| 35 | Média da renda e do gasto familiar mensal e relação percentual, segundo estratos pesquisados, em Curitiba-1984..... | 55 |

INTRODUÇÃO

Durante o período de fevereiro/março de 1984, o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social-IPARDES-, dentro do plano de atividades que está realizando no Projeto FAO/BRA/80/017: Consolidação e Expansão da Agricultura de Alimentos no Paraná, concluiu pesquisa sobre o comportamento de compra do consumidor da cidade de Curitiba, nas atribuições do Subprojeto Abastecimento Alimentar Básico.

O estudo focaliza as populações de menores níveis de renda, e seus resultados deverão servir de subsídios para o Projeto como um todo, que busca, entre outros pontos, efetivar uma ligação mais eficiente da produção alimentar com os estratos de consumidores selecionados para análise.

Cabe assinalar que as pesquisas anteriormente realizadas, dentro do Convênio FAO/BRA/80/017, sobre Abastecimento Alimentar Básico¹ e o processamento de estatísticas acerca do sistema varejista de distribuição, constituíram marco de referência para este estudo. Isso porque os dados básicos disponíveis são escassos e as investigações sobre consumo de alimentos, por suas próprias características, complexas e de alto custo, o que posterga seus resultados por longos períodos.

¹IPARDES-FUNDAÇÃO EDISON VIEIRA. Os supermercados da cidade de Curitiba: tipificação, infra-estrutura e operação. Curitiba, 1984. 31p.

Nesse sentido, os resultados do estudo se traduzem em aproximações suficientemente válidas para o esboço de ações no setor.

1 OBJETIVOS

Este estudo objetiva, do ponto de vista quantitativo, ponderar a importância relativa dos produtos consumidos e dos diferentes canais existentes como distribuidores de alimentos nos estratos selecionados. Por outro lado, procura obter uma qualificação de cada tipo de comércio que está operando no aparato comercial de Curitiba, visando conhecer o comportamento de compra do consumidor.

Os resultados deste estudo, somados aos das outras pesquisas ainda em execução (Atacado e Varejo), deverão levar a propostas de programas e políticas orientados ao melhoramento e à implementação dos equipamentos comerciais, no sentido de aprimorar o sistema de Abastecimento Alimentar Básico.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O universo aqui estudado compreende o setor populacional de menores níveis de renda de Curitiba. A partir dessa definição foram delimitados três estratos a serem investigados: favela, área carente, e um terceiro denominado classe média de baixa renda; esse último selecionado apenas para que se possa estabelecer um paralelo de comportamento, uma vez que não foi alvo da análise.

Para proceder à investigação, utilizou-se uma amostra composta de 400 formulários, distribuídos nos três estratos selecionados da seguinte forma: favela: 150 formulários; área carente: 150 formulários; e classe média: 100 formulários.

Razões de caráter orçamentário definiram em boa medida o tamanho da amostra adotada, porém, os resultados obtidos indicaram uniformidade do consumo e do comportamento, o que significou ter atingido um aceitável nível de confiança em relação ao seu tamanho.

Tendo em vista a necessidade de se definir unidades de área de pesquisa, dentro dos estratos selecionados anteriormente, utilizou-se como ponto de partida quatro mapas* elaborados

*Esses mapas (escala 1:20 000) estavam divididos em 513 quadrículas, apresentando os seguintes dados: a) localização especial das favelas e o respectivo número de barracos, atualizado até maio de 1983; b) localização especial dos conjuntos habitacionais padrão INOCOOP e COHAB. Este último utilizado na pesquisa, pois atingia o segmento populacional até 3 salários mínimos; c) localização especial do zoneamento urbano. O interesse nesse mapa foi delimitar as ZR1, consideradas zonas de alto padrão residencial; d) localização especial das áreas carentes em infraestrutura básica.

pelo Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba-IPPUC-, cuja manipulação e compatibilização permitiram a localização espacial desses estratos e, com base em métodos aleatórios, a delimitação das unidades.

Com essas informações, passou-se a delinear a forma de pesquisa nos três estratos selecionados, a saber:

- a) favela - foram sorteadas 18 favelas de um total de 63 e os 150 formulários distribuídos proporcionalmente ao número de barracos existentes em cada uma das favelas e à sua localização espacial;
- b) área carente - tendo em conta a compatibilização dos mapas, foram consideradas as localizações espaciais de áreas carentes em infra-estrutura básica e de conjuntos habitacionais padrão COHAB. Após o sorteio de 22 quadrículas, aquela que possuísse em mais de 50% de sua área ocupada os dois requisitos acima entrava para novo sorteio, depois de numeradas as quadras das áreas de interesse. Desse sorteio resultou uma quadra em que foram feitas sete pesquisas;
- c) classe média - nesse estrato utilizou-se o mesmo procedimento adotado em relação à área carente. Foram sorteadas inicialmente 29 quadrículas e, desde que mais de 50% da área da quadrícula não pertencesse à área carente ou à da ZR1, realizava-se novo sorteio, de onde resultava uma quadra, para a qual se direcionavam três ou quatro formulários, distribuídos aleatoriamente.

Considerou-se na pesquisa a observação de campo. Isso porque, caso uma área ou quadra não correspondesse às informa-

ções primárias, era substituída, obedecendo a critérios previamente estabelecidos para evitar a perda do caráter de aleatoriedade da pesquisa.

A unidade pesquisada nos três estratos selecionados foi o grupo familiar, entendendo-se como tal todas as pessoas que moram e fazem pelo menos uma refeição na residência. O grau de parentesco foi considerado, porém, não tomado como requisito para pertencer ao grupo familiar, admitindo-se a qualquer pessoa que atendesse às condições já mencionadas.

Tendo em vista a elaboração de um formulário que contivesse dados suficientes para a análise dos estratos selecionados, procedeu-se a consultas de estudos na área de abastecimento alimentar. Daí resultou um primeiro esboço de questionário, onde apareciam listados 23 produtos considerados básicos na dieta alimentar do consumidor, bem como questões referentes às metas do Estudo.

A partir desse esboço, foram realizadas entrevistas com 30 famílias de diferentes bairros e estratos de interesse. Com isso, foi possível chegar-se à composição final do formulário, estruturando-o em perguntas abertas e fechadas.

Nessa composição final, a dieta alimentar passou de 23 para 32 produtos em função de sua frequência. Também, foram agregados e/ou retirados produtos de acordo com o hábito alimentar daquela população.

Assim, constaram do formulário final os seguintes produtos: arroz; feijão; macarrão; pão; farinha de trigo; farinha de mandioca; farinha de milho; fubã de milho; açúcar; ovos; leite pasteurizado; leite em pó; óleo de soja; óleo - outros; margarina; carne bovina c/ osso; carne bovina s/ osso; frango

inteiro; frango em pedaços 1 (asa, pã, costas, pescoço); frango em pedaços 2 (peito, coxa); miúdos de frango (coração, moela, fígado); embutidos (lingüiça, mortadela, salame, viana, etc.); enlatados (salsicha, sardinha, etc.); tomate (in natura); massa de tomate; batata; cebola; laranja; banana; café; cevada; mate/infusões.

Convém destacar aqui que há produtos de consumo significativo e de alto valor unitário que não foram considerados, como é o caso das bebidas alcólicas e refrigerantes. Tampouco foram incluídos outros produtos de menor consumo habitual, como algumas frutas e hortaliças e diferentes alimentos enlatados.

As variáveis utilizadas para caracterizar e medir o comportamento do consumidor foram as seguintes:

- a) rendimentos, habitação e bens de consumo duráveis;
- b) produtos consumidos;
- c) quantidade e tipos de produtos comprados;
- d) quantidade e tipos de produtos não-comprados;
- e) frequência de compra de cada produto;
- f) local de compra;
- g) distância do local de compra;
- h) locomoção ao local de compra;
- i) razões de compra e não-compra;
- j) formas de pagamento;
- k) volume e gasto total.

Faz-se necessário o esclarecimento das variáveis quantidade e tipos de produtos não-comprados e habitação e bens de consumo duráveis. A primeira foi levantada com o intuito de se avaliar a influência dos produtos produzidos pela unidade familiar e/ou recebidos de alguma forma (doações, trocas, etc.) na

composição da dieta da população pesquisada. Entretanto, essa variável não foi tabulada, mas está implícita no corpo deste informe. A segunda, foi levantada com vistas à melhor caracterização do consumidor em termos sócio-econômicos.

Ainda, foi realizado levantamento de aspectos referentes à composição da família (grau de parentesco, idade, sexo, número de pessoas residentes na unidade), ocupação, local de nascimento e à frequência das refeições no domicílio que, embora não tenham sido utilizadas neste informe, podem ser processadas e analisadas posteriormente.

3 CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR

Tendo em vista as metas deste estudo, procedeu-se à caracterização do consumidor, enquanto objeto da pesquisa, como agente comprador. Portanto, os resultados aqui apresentados não devem ser tomados como expressão do consumo - o que exigiria um procedimento metodológico totalmente diferente.

Ressalte-se que esse consumidor foi selecionado, como já se mencionou no item anterior, em função da localização de seu domicílio, cabendo ainda conhecê-lo mais detalhadamente em termos sócio-econômicos, principalmente para se comprovar a eficácia dos critérios de estratificação adotados.

Nesse sentido, a característica sócio-econômica mais importante é a que se refere à estratificação de renda. Também, outros aspectos foram levantados para melhor caracterização do consumidor, a saber: procedência da renda familiar; condição de posse do terreno; condição de posse da residência; material predominante na construção das residências; eletrodomésticos e veículos.

3.1 ESTRATIFICAÇÃO DA RENDA FAMILIAR

Observa-se, pelos dados da tabela 1, que grande parte da população da favela se concentra na faixa de 0,5 a 2,0 salários mínimos, com representatividade de 61,48%. Para a área carente, tem-se uma maior concentração de famílias que percebem de 1,0 a 4,0 salários mínimos, equivalendo a 77,53% (tabela 1).

TABELA 1 - ESTRATIFICAÇÃO DA RENDA FAMILIAR NOS ESTRATOS FAVELA E ÁREA CARENTE, SEGUNDO CLASSES DE RENDA,* EM CURITIBA-1984

| CLASSE DE RENDA | FAVELA | | ÁREA CARENTE | |
|-----------------|--------|--------|--------------|--------|
| | Abs. | % | Abs. | % |
| 0,0 — 0,5 | 6 | 4,45 | 1 | 0,73 |
| 0,5 — 1,0 | 24 | 17,78 | 3 | 2,17 |
| 1,0 — 1,5 | 31 | 22,96 | 14 | 10,14 |
| 1,5 — 2,0 | 28 | 20,74 | 20 | 14,49 |
| 2,0 — 2,5 | 14 | 10,37 | 21 | 15,22 |
| 2,5 — 3,0 | 14 | 10,37 | 18 | 13,04 |
| 3,0 — 3,5 | 7 | 5,19 | 15 | 10,87 |
| 3,5 — 4,0 | 5 | 3,70 | 19 | 13,77 |
| 4,0 — 4,5 | 3 | 2,22 | 4 | 2,90 |
| 4,5 — 5,0 | - | - | 4 | 2,90 |
| 5,0 — 5,5 | 1 | 0,74 | 6 | 4,35 |
| 5,5 — 6,0 | - | - | 4 | 2,90 |
| 6,0 — 6,5 | 2 | 1,48 | 2 | 1,45 |
| 6,5 — 7,0 | - | - | 1 | 0,73 |
| 7,0 — 7,5 | - | - | 3 | 2,17 |
| > 7,5 | - | - | 3 | 2,17 |
| TOTAL | 135 | 100,00 | 138 | 100,00 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

*Em salários mínimos - base: Nov/1983

(-)Dados inexistentes

Com relação à classe média, pode-se dizer que há grande variação e dispersão nas faixas salariais.

TABELA 2 - ESTRATIFICAÇÃO DA RENDA FAMILIAR NO ESTRATO CLASSE MÉDIA, SEGUNDO CLASSES DE RENDA,* EM CURITIBA-1984

| CLASSE DE RENDA | CLASSE MÉDIA | |
|-----------------|--------------|--------|
| | Abs. | % |
| 0,0 — 1,0 | 1 | 1,18 |
| 1,0 — 2,0 | 2 | - |
| 2,0 — 3,0 | 3 | 3,53 |
| 3,0 — 4,0 | 8 | 9,41 |
| 4,0 — 5,0 | 8 | 9,41 |
| 5,0 — 6,0 | 11 | 12,94 |
| 6,0 — 7,0 | 6 | 7,06 |
| 7,0 — 8,0 | 10 | 11,77 |
| 8,0 — 9,0 | 5 | 5,88 |
| 9,0 — 10,0 | 5 | 5,88 |
| 10,0 — 11,0 | 8 | 9,41 |
| 11,0 — 12,0 | 2 | 2,35 |
| 12,0 — 13,0 | 6 | 7,06 |
| 13,0 — 14,0 | 2 | 2,35 |
| 14,0 — 15,0 | 3 | 3,53 |
| > 15,0 | 7 | 8,24 |
| TOTAL | 85 | 100,00 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

*Em salários mínimos - base: Nov/1983

(-)Dados inexistentes

Tomando-se os resultados da estratificação para cada segmento populacional, tem-se uma renda média familiar distribuída da seguinte maneira:

- a) favela: 1,75 s.m.;
- b) área carente: 3,02 s.m.;
- c) classe média: 8,2 s.m.

Note-se que, comparativamente, as classes de renda familiar que percebem até 3 salários mínimos, dentro dos três estratos, têm a seguinte conformação:

- a) favela: 86,67%;
- b) área carente: 55,79%;
- c) classe média: 4,71%.

3.2 PROCEDÊNCIA DA RENDA FAMILIAR

Nos três estratos populacionais, a renda proveniente do trabalho assalariado possui certa equivalência, 52,72% para favela, 56,70% para área carente e 53,91% para classe média (tabela 3).

TABELA 3 - FREQUÊNCIA E MÉDIA DA RENDA, POR ESTRATOS PESQUISADOS, SEGUNDO PROCEDÊNCIA, EM CURITIBA-1984

| PROCEDÊNCIA | FAVELA | | | ÁREA CARENTE | | | CLASSE MÉDIA | | |
|-----------------------|------------|-------|--------|--------------|-------|--------|--------------|-------|--------|
| | Frequência | | MÉDIA* | Frequência | | MÉDIA* | Frequência | | MÉDIA* |
| | Abs. | % | | Abs. | % | | Abs. | % | |
| Trab. assalariado | 97 | 52,72 | 1,73 | 110 | 56,70 | 2,74 | 69 | 53,91 | 6,79 |
| Trab. não-assalariado | 62 | 33,70 | 0,95 | 49 | 25,26 | 1,44 | 28 | 21,88 | 4,37 |
| Outras fontes | 25 | 13,59 | 0,97 | 35 | 18,04 | 1,46 | 31 | 24,22 | 3,84 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

*Em salários mínimos - base: Nov/1983

Com relação à renda oriunda do trabalho não-assalariado, a maior incidência se dá na favela, com 33,70%, contra 25,26%

e 21,88% para área carente e classe média, respectivamente.

A renda familiar que advém de outras fontes - que pode ser resultante de aplicações financeiras, aluguéis, biscates, etc.-, nos três segmentos populacionais, tem maior participação na classe média, 24,22%, seguida da área carente, 18,04% e favela, 13,59%.

Outro aspecto observado no decorrer da pesquisa foi que a frequência de compra dos produtos consumidos cresce para as famílias com rendimentos provenientes do trabalho não-assalariado, em virtude dos recebimentos estarem distribuídos ao longo do mês.

3.3 HABITAÇÃO E BENS DE CONSUMO DURÁVEIS

3.3.1 Condição de Posse do Terreno

Na favela, 87,33% dos terrenos são invadidos. Já, nos outros dois segmentos populacionais de maior poder aquisitivo, área carente e classe média, predominam os terrenos próprios, com 70,0% e 74,0%, respectivamente (tabela 4).

TABELA 4 - FREQUÊNCIA DA CONDIÇÃO DE POSSE DO TERRENO, EM NÚMEROS ABSOLUTO E PERCENTUAL, POR ESTRATOS PESQUISADOS, EM CURITIBA-1984

| CONDIÇÃO DE POSSE | FAVELA | | ÁREA CARENTE | | CLASSE MÉDIA | |
|-------------------|--------|-------|--------------|-------|--------------|-------|
| | Abs. | % | Abs. | % | Abs. | % |
| Próprio | 9 | 6,00 | 105 | 70,00 | 74 | 74,00 |
| Cedido | - | - | 5 | 3,33 | 1 | 1,00 |
| Invadido | 131 | 87,33 | - | - | - | - |
| Não se aplica* | 4 | 2,67 | 39 | 26,00 | 25 | 25,00 |
| Outros | 6 | 4,00 | 1 | 0,67 | - | - |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

*Para as residências alugadas, não se solicitou a condição de posse do terreno

3.3.2 Condição de Posse da Residência

A quase totalidade dos habitantes da favela possui residência própria, 94%. Para área carente e classe média, verifica-se situação semelhante, com 70,0% e 74,0%, respectivamente. Nesses dois últimos segmentos, nota-se participação significativa do aluguel de residência (tabela 5).

TABELA 5 - FREQUÊNCIA DA CONDIÇÃO DE POSSE DA RESIDÊNCIA, EM NÚMEROS ABSOLUTO E PERCENTUAL, POR ESTRATOS PESQUISADOS, EM CURITIBA-1984

| CONDIÇÃO DE POSSE | FAVELA | | ÁREA CARENTE | | CLASSE MÉDIA | |
|-------------------|--------|-------|--------------|-------|--------------|-------|
| | Abs. | % | Abs. | % | Abs. | % |
| Próprio | 141 | 94,00 | 105 | 70,00 | 74 | 74,00 |
| Alugado | 4 | 2,67 | 39 | 26,00 | 25 | 25,00 |
| Cedido | 3 | 2,00 | 6 | 4,00 | 1 | 1,00 |
| Outros | 2 | 1,33 | - | - | - | - |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

3.3.3 Material Predominante na Construção das Residências

No que se refere ao tipo de material empregado na construção de residências na favela, verifica-se que há predominância de madeira, com 81,33%, seguida da alvenaria e material aproveitado,* com 10,0% e 8,67%, respectivamente (tabela 6). Esse resultado, até certo ponto, é surpreendente, haja vista a idéia inicial da maior utilização, nesse estrato, de material aproveitado, em função do baixo poder aquisitivo dessa população.

*Entende-se por material aproveitado caixas e caixotes de madeira ou não, folhas de zinco, etc.

TABELA 6 - FREQUÊNCIA DO TIPO DE MATERIAL UTILIZADO PARA CONSTRUÇÃO DE RESIDÊNCIAS, POR ESTRATOS PESQUISADOS, EM CURITIBA-1984

| TIPO DE MATERIAL | FAVELA | | ÁREA CARENTE | | CLASSE MÉDIA | |
|----------------------|--------|-------|--------------|-------|--------------|-------|
| | Abs. | % | Abs. | % | Abs. | % |
| Madeira | 122 | 81,33 | 79 | 52,67 | 38 | 38,00 |
| Alvenaria | 15 | 10,00 | 71 | 47,33 | 62 | 62,00 |
| Material Aproveitado | 13 | 8,67 | - | - | - | - |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

Na área carente, embora com menor representatividade em comparação à favela, 52,67% das residências são de madeira e o restante de alvenaria. Já, na classe média, observa-se uma inversão quanto ao material utilizado na construção dos domicílios, onde predomina a alvenaria, com 62%.

3.3.4 Bens de Consumo Duráveis

Das 150 famílias pesquisadas na favela, o rádio é o eletrodoméstico de maior representatividade, com 74,0%. Na área carente, a incidência desse aparelho cresce para 90,67%, fato atribuído à melhoria do poder aquisitivo. Já, na classe média, somente 6,0% dos domicílios pesquisados não possuem o eletrodoméstico (tabela 7).

TABELA 7 - INCIDÊNCIA DE BENS DE CONSUMO DURÁVEIS, EM NÚMEROS ABSOLUTO E PERCENTUAL, POR ESTRATOS PESQUISADOS, EM CURITIBA-1984

| BENS | FAVELA | | ÁREA CARENTE | | CLASSE MÉDIA | |
|-------------------------------|--------|-------|--------------|-------|--------------|--------|
| | Abs. | % | Abs. | % | Abs. | % |
| Rádio | 111 | 74,00 | 136 | 90,67 | 94 | 94,00 |
| Aparelho de TV Preto e Branco | 67 | 44,67 | 107 | 71,33 | 30 | 30,00 |
| Aparelho de TV em Cores | 1 | 0,67 | 25 | 16,67 | 78 | 78,00 |
| Geladeira | 39 | 26,00 | 120 | 80,00 | 100 | 100,00 |
| Máquina de Lavar Roupas | - | - | 28 | 18,67 | 61 | 61,00 |
| Veículo (p/ trabalho) | - | - | 6 | 4,00 | 14 | 14,00 |
| Veículo (p/ passeio) | 2 | 1,33 | 21 | 14,00 | 67 | 67,00 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

Outro eletrodoméstico que aparece com grande incidência nos três segmentos populacionais estudados é a televisão. Na favela, 45,34% das famílias responderam possuir esse aparelho. Nos outros dois grupos populacionais de maior renda, pode-se dizer que a totalidade das famílias dispõe de um ou mais televisores. Cabe ressaltar que, à medida em que aumenta o poder aquisitivo da população pesquisada, há maior frequência desse eletrodoméstico, assim como de aparelhos mais sofisticados, como a TV em cores.

O eletrodoméstico que aparece com pouca frequência na área favelada é o refrigerador, com 26,0%. Já, na área carente e principalmente na classe média verifica-se que a quase totalidade das famílias tem em seu domicílio esse eletrodoméstico.

Com relação à máquina de lavar roupas, a incidência é maior na classe média, 61,0%, contra 18,67% na área carente.

No que diz respeito aos veículos, pode-se dizer que apresentam a mesma tendência assinalada para os eletrodomésticos. Quanto maior a renda, maior a incidência, principalmente para utilização como carro de passeio. Como veículo utilizado para o trabalho, observa-se a inexistência junto à favela. Também nos outros segmentos populacionais se verificou a pequena representatividade de veículo para trabalho: seis unidades na área carente e 14 na classe média.

4 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

O comportamento do consumidor enquanto comprador é entendido como expressão das características da demanda de alimentos em relação a produtos e local de compra.

Nesse sentido, as variáveis abaixo descritas possibilitaram medir esse comportamento.

4.1 PRODUTOS CONSUMIDOS

Dos 32 produtos investigados, verifica-se que há um consumo parcial, a nível familiar, nos três estratos pesquisados. Embora a quantidade de produtos que integram a dieta das famílias cresça com a renda, isso não se dá de maneira significativa (tabela 8).

TABELA 8 - NÚMERO DE PRODUTOS INVESTIGADOS, MÉDIA DO NÚMERO DE PRODUTOS COMPRADOS POR FAMÍLIA E RELAÇÃO PERCENTUAL, SEGUNDO ESTRATOS PESQUISADOS, EM CURITIBA-1984

| ESTRATO | NÚMERO DE PRODUTOS INVESTIGADOS (A) | MÉDIA DO NÚMERO DE PRODUTOS COMPRADOS POR FAMÍLIA (B) | A/B (%) |
|--------------|-------------------------------------|---|---------|
| Favela | 32 | 18 | 56,3 |
| Área Carente | 32 | 20 | 62,5 |
| Classe Média | 32 | 22 | 68,8 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

Como se observa, o habitante da favela compõe sua dieta com 18 produtos dos 32 investigados, não consumindo portanto 14 produtos. Ainda que essa situação melhore quando da passagem de

um estrato a outro com renda familiar superior, a diferença do consumo dos produtos não é apreciável.

Pode-se assinalar que dentre os 32 produtos investigados, vários apresentam características de substitutivos, o que pode limitar o consumo simultâneo dos mesmos, como é o caso do frango em pedaços 1 e 2. e do óleo de soja e outros. Porém, ainda aceitando-se isso, pode-se dizer que a variedade de produtos demandados pelo estrato de mais baixa renda é significativamente limitada.

A situação de consumo para cada um dos produtos e nos três estratos pesquisados é apresentada, por ordem decrescente de participação, na tabela 9.

TABELA 9 - FREQUÊNCIA DO CONSUMO DOS 32 PRODUTOS NOS ESTRATOS PESQUISADOS, EM CURITIBA-1984 (Em %)

| FAVELA | | ÁREA CARENTE | | CLASSE MÉDIA | |
|----------------------|---------|----------------------|---------|----------------------|---------|
| Produto | Consumo | Produto | Consumo | Produto | Consumo |
| Arroz | 100,00 | Arroz | 100,00 | Arroz | 100,00 |
| Feijão | 100,00 | Feijão | 100,00 | Açúcar | 100,00 |
| Açúcar | 99,33 | Açúcar | 99,33 | Feijão | 99,00 |
| Pão | 94,67 | Pão | 96,00 | Cebola | 99,00 |
| Café | 91,33 | Café | 96,00 | Pão | 98,00 |
| Óleo de Soja | 89,33 | Óleo de Soja | 96,00 | Margarina | 97,00 |
| Macarrão | 87,33 | Batata | 93,33 | Tomate (in natura) | 97,00 |
| Banana | 84,67 | Cebola | 93,33 | Ovos | 97,00 |
| Batata | 84,00 | Macarrão | 92,00 | Macarrão | 96,00 |
| Cebola | 84,00 | Margarina | 92,00 | Óleo de Soja | 96,00 |
| Tomate (in natura) | 82,67 | Massa de Tomate | 92,00 | Batata | 96,00 |
| Farinha de Trigo | 76,67 | Banana | 88,67 | Café | 95,00 |
| Margarina | 74,00 | Farinha de Trigo | 88,00 | Farinha de Trigo | 94,00 |
| Massa de Tomate | 68,67 | Tomate (in natura) | 86,00 | Banana | 94,00 |
| Farinha de Mandioca | 58,67 | Ovos | 85,33 | Leite Pasteurizado | 90,00 |
| Farinha de Milho | 56,00 | Leite Pasteurizado | 76,67 | Laranja | 79,00 |
| Ovos | 56,00 | Carne Bovina c/ osso | 72,00 | Massa de Tomate | 78,00 |
| Mate/Infusões | 55,33 | Frango Inteiro | 66,00 | Farinha de Mandioca | 74,00 |
| Fubã de Milho | 54,00 | Mate/Infusões | 61,33 | Frango Inteiro | 70,00 |
| Leite Pasteurizado | 50,00 | Farinha de Mandioca | 59,33 | Mate/Infusões | 62,00 |
| Carne Bovina c/ osso | 47,33 | Farinha de Milho | 54,00 | Carne Bovina s/ osso | 62,00 |
| Frango Pedacos 1 | 44,67 | Fubã de Milho | 54,00 | Fubã de Milho | 59,00 |
| Frango Inteiro | 41,33 | Laranja | 36,67 | Farinha de Milho | 52,00 |
| Óleos - Outros: | 29,33 | Embutidos | 31,33 | Embutidos | 52,00 |
| Laranja | 28,67 | Enlatados | 21,33 | Carne Bovina c/ osso | 45,00 |
| Embutidos | 28,67 | Leite em pó | 20,00 | Enlatados | 32,00 |
| Leite em pó | 27,33 | Óleos - Outros | 16,67 | Frango Pedaco 2 | 25,00 |
| Enlatados | 12,67 | Frango Pedaco 1 | 16,00 | Óleos - Outros | 24,00 |
| Miúdos de Frango | 12,67 | Carne Bovina s/ osso | 13,33 | Leite em pó | 24,00 |
| Cevada | 8,00 | Frango Pedaco 2 | 10,00 | Miúdos de Frango | 9,00 |
| Carne Bovina s/ osso | 7,33 | Miúdos de Frango | 6,67 | Frango Pedaco 1 | 4,00 |
| Frango Pedacos 2 | 4,00 | Cevada | 6,00 | Cevada | 4,00 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

Verifica-se que nos três estratos pesquisados há um consumo de 100% para arroz, feijão e açúcar. Um segundo grupo de alimentos, constituído de pão, óleo de soja, macarrão, banana, cebola, batata, tomate e café, é consumido por mais de 80% dos habitantes da favela.

Note-se que o consumo de pão representa 94,67% na favela e 98% na classe média; já, o de óleo de soja passa de 89,33% para 96%; o de banana, de 84,67% passa para 94%. Por outro lado, a cebola, cujo consumo na favela é de 84%, na classe média equivale a 99%. O tomate passa de 82,67% para 97%; e o café tem máxima penetração na área carente, com 96%, representando um consumo de 91,33% na favela e de 95% na classe média.

Pode-se dizer, então, que esses 11 produtos constituem um grupo comum na dieta das famílias dos três estratos pesquisados, independente do nível de renda, estando associado com os hábitos alimentares locais. Registre-se também que a penetração desses 11 produtos aumenta significativamente quando comparados os valores da área carente e os da classe média com os da favela.

4.2 QUANTIDADE E TIPOS DE PRODUTOS COMPRADOS

Objetiva-se aqui conhecer os volumes mensais de compra dos 32 produtos investigados pela população dos três estratos.

Apesar de a forma de levantamento das informações empregada, baseada na lembrança da dona de casa, não assegurar um nível de confiança ajustado às características dos grupos sociais estudados, quanto ao baixo nível de renda e estrutura de consumo, pode-se dizer que os dados obtidos se aproximam suficientemente da situação real. De um lado, porque o compromisso econômico desses consumidores com seus gastos exigem especial

cuidado e programação na aplicação de suas rendas familiares na compra de alimentos. De outro, porque a concentração de parte principal do consumo alimentar em um grupo muito reduzido de produtos leva a uma melhor recordação por parte do informante do comportamento de compra que tem caráter repetitivo, uma vez que não há substituição nem incorporação de produtos.

De fato, os valores, obtidos confirmam a concentração mencionada do consumo e uma modalidade de compra que, pela frequência com que se realiza para os produtos mais importantes, indica a programação em grandes quantidades, como será visto posteriormente.

4.2.1 Compras Mensais

4.2.1.1 Quantidades

A primeira evidência que surge quando se observa a tabela 10* é a diferença entre os volumes totais dos 32 produtos comprados por estratos, a saber:

- a) favela: 22,0 kg por mês/per capita;
- b) área carente: 26,1 kg por mês/per capita;
- c) classe média: 35,2 kg por mês/per capita.

Pode-se observar que a diferença da compra mensal per capita entre área carente e favela é significativa, 18,64%, porém, adquire maior peso quando se compara classe média e favela, 60,0%. Cabe assinalar a pequena participação da favela em relação ao volume de produtos demandado e como parte da deman-

*Para transformação em quilogramas considerou-se o seguinte: um quilograma por litro (para alimentos líquidos) e uma dúzia de ovos estimada em 600 gramas.

TABELA 10 - QUANTIDADES MENSAS COMPRADAS PER CAPITA NOS ESTRATOS PESQUISADOS, SEGUNDO GRUPOS DE PRODUTOS, EM CURITIBA-1984 (Em kg)

| GRUPO DE PRODUTOS | FAVELA | ÁREA CARENTE | CLASSE MÉDIA |
|--------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Cereais & Derivados | | | |
| Arroz | 3,668 | 3,152 | 2,323 |
| Macarrão | 0,785 | 0,750 | 0,615 |
| Pão | 0,618 | 0,811 | 1,712 |
| Farinha de Trigo | 1,873 | 2,003 | 1,522 |
| Farinha de Milho | 0,365 | 0,243 | 0,163 |
| Fubã de Milho | 0,408 | 0,265 | 0,305 |
| Subtotal | 7,717 | 7,224 | 6,640 |
| Açúcares | | | |
| Açúcar | 2,846 | 2,949 | 2,667 |
| Subtotal | 2,846 | 2,949 | 2,667 |
| Leguminosas | | | |
| Feijão | 1,761 | 1,445 | 0,957 |
| Subtotal | 1,761 | 1,445 | 0,957 |
| Tubérculos, raízes | | | |
| Batata | 1,471 | 1,568 | 2,117 |
| Farinha de Mandioca | 0,321 | 0,227 | 0,221 |
| Subtotal | 1,792 | 1,795 | 2,338 |
| Frutos & Frutas | | | |
| Cebola | 0,476 | 0,539 | 0,781 |
| Laranja | 0,533 | 0,659 | 2,529 |
| Banana | 1,446 | 1,722 | 1,890 |
| Tomate (in natura) | 0,968 | 0,908 | 1,077 |
| Massa de Tomate | 0,112 | 0,139 | 0,199 |
| Subtotal | 3,535 | 3,967 | 6,476 |
| Carnes | | | |
| Carne Bovina c/ osso | 0,286 | 0,856 | 1,182 |
| Carne Bovina s/ osso | 0,030 | 0,167 | 1,169 |
| Frango Inteiro | 0,306 | 0,645 | 0,919 |
| Frango Pedacos 1 | 0,328 | 0,094 | 0,079 |
| Frango Pedacos 2 | 0,015 | 0,073 | 0,311 |
| Miúdos de Frango | 0,065 | 0,025 | 0,051 |
| Embutidos | 0,139 | 0,142 | 0,311 |
| Enlatados | 0,009 | 0,034 | 0,015 |
| Subtotal | 1,178 | 2,036 | 4,037 |
| Ovos, Leite | | | |
| Ovos | 0,213 | 0,407 | 0,679 |
| Leite Pasteurizado | 1,442 | 4,544 | 9,462 |
| Leite em pó | 0,109 | 0,063 | 0,132 |
| Subtotal | 1,764 | 5,014 | 10,273 |
| Óleos & Gorduras | | | |
| Óleo de Soja | 0,832 | 1,026 | 0,950 |
| Óleo - Outros | 0,000 | 0,015 | 0,000 |
| Margarina | 0,191 | 0,251 | 0,367 |
| Subtotal | 1,023 | 1,292 | 1,317 |
| Diversos | | | |
| Cafê | 0,313 | 0,376 | 0,442 |
| Mate/Infusões | 0,032 | 0,023 | 0,033 |
| Cevada | 0,012 | 0,012 | 0,018 |
| Subtotal | 0,357 | 0,411 | 0,493 |
| TOTAL | 21,973 | 26,133 | 35,198 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

da global de alimentos no mercado de Curitiba.

Esse fato, que será retomado detalhadamente, além da falta de poder aquisitivo dos habitantes da favela, está diretamente ligado à questão da localização do aparato distribuidor de alimentos e às características dos elementos que o conformam.

Quanto à estrutura de compra de alimentos pelos três estratos, é possível registrar uma diferença substancial entre a existente na favela e a dos outros estratos. Nota-se pelos dados da tabela 11 que os cinco primeiros grupos de produtos comprados pela favela têm origem vegetal, representando 80% do total de quilogramas adquiridos, enquanto os outros dois estratos incorporam ovos, leites e carnes, também nos primeiros cinco grupos de produtos, com volumes crescentes em função da passagem para segmentos populacionais de rendas superiores.

TABELA 11 - QUANTIDADES MENSIS COMPRADAS PER CAPITA, NOS ESTRATOS PESQUISADOS, EM QUILOGRAMA E PERCENTUAL, SEGUNDO GRUPOS DE PRODUTOS, EM CURITIBA-1984

| FAVELA | | | ÁREA CARENTE | | | CLASSE MÉDIA | | |
|---|------|-------|---|------|-------|---|------|-------|
| Grupo de Produtos em Ordem de Importância | kg | % | Grupo de Produtos em Ordem de Importância | kg | % | Grupo de Produtos em Ordem de Importância | kg | % |
| 1º Cereais e Deriv. | 7,7 | 35,0 | 1º Cereais e Deriv. | 7,2 | 27,6 | 1º Ovos, Leites | 10,3 | 29,2 |
| 2º Frutos e Frutas | 3,5 | 15,9 | 2º Ovos, Leites | 5,0 | 19,1 | 2º Cereais e Deriv. | 6,6 | 18,8 |
| 3º Açúcares | 2,8 | 12,7 | 3º Frutos e Frutas | 4,0 | 15,3 | 3º Frutos e Frutas | 6,5 | 18,5 |
| 4º Tubérculos e Raízes | 1,8 | 8,2 | 4º Açúcares | 3,0 | 11,5 | 4º Carnes | 4,0 | 11,4 |
| 5º Leguminosas | 1,8 | 8,2 | 5º Carnes | 2,0 | 7,7 | 5º Açúcares | 2,7 | 7,7 |
| 6º Ovos, Leites | 1,8 | 8,2 | 6º Tubérc. e Raízes | 1,8 | 6,9 | 6º Tubérc. e raízes | 2,3 | 6,5 |
| 7º Carnes | 1,2 | 5,5 | 7º Leguminosas | 1,4 | 5,4 | 7º Óleos e Gorduras | 1,3 | 3,7 |
| 8º Óleos e Gorduras | 1,0 | 4,5 | 8º Óleos e Gorduras | 1,3 | 5,0 | 8º Leguminosas | 1,0 | 2,8 |
| 9º Diversos | 0,4 | 1,8 | 9º Diversos | 0,4 | 1,5 | 9º Diversos | 0,5 | 1,4 |
| TOTAL | 22,0 | 100,0 | | 26,1 | 100,0 | | 35,2 | 100,0 |

FORNTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

Observa-se ainda que as compras dos três estratos são muito semelhantes nos grupos açúcares, óleos e gorduras e diversos (café e infusões). Também se registra uniformidade nas quantidades compradas pelos três estratos de tubérculos e raízes, ao contrário do que ocorre com frutos e frutas, cuja quan-

tidade comprada aumenta em função da melhora do poder aquisitivo.

Em relação às compras por produto, pode-se verificar na tabela 12 as quantidades adquiridas pelos três estratos dos dez principais produtos, de acordo com o volume de compra per capita.

TABELA 12 - QUANTIDADE COMPRADA PER CAPITA NOS ESTRATOS PESQUISADOS, EM QUILOGRAMA E PERCENTUAL, SEGUNDO OS DEZ PRINCIPAIS PRODUTOS, EM CURITIBA-1984

| FAVELA | | | ÁREA CARENTE | | | CLASSE MÉDIA | | |
|--------------------|------|-------|--------------------|------|-------|--------------------|------|-------|
| Produto | kg | % | Produto | kg | % | Produto | kg | % |
| Arroz | 3,7 | 16,8 | Leite Pasteurizado | 4,5 | 17,2 | Leite Pasteurizado | 9,5 | 27,0 |
| Açúcar | 2,9 | 13,2 | Arroz | 3,2 | 12,3 | Açúcar | 2,7 | 7,7 |
| Farinha Trigo | 1,9 | 8,6 | Açúcar | 3,0 | 11,5 | Laranja | 2,5 | 7,1 |
| Feijão | 1,8 | 8,2 | Farinha Trigo | 2,0 | 7,7 | Carne Bovina* | 2,4 | 6,8 |
| Batata | 1,5 | 6,8 | Banana | 1,7 | 6,5 | Arroz | 2,3 | 6,5 |
| Leite Pasteurizado | 1,4 | 6,4 | Batata | 1,6 | 6,1 | Batata | 2,1 | 6,0 |
| Tomate (in natura) | 1,0 | 4,6 | Feijão | 1,5 | 5,7 | Banana | 1,9 | 5,3 |
| Óleo Soja | 0,8 | 3,6 | Óleo Soja | 1,0 | 3,9 | Pão | 1,7 | 4,8 |
| Macarrão | 0,8 | 3,6 | Carne Bovina* | 1,0 | 3,9 | Farinha trigo | 1,5 | 4,3 |
| Frango** | 0,7 | 3,2 | Tomate (in natura) | 0,9 | 3,4 | Frango** | 1,4 | 4,0 |
| Subtotal | 16,5 | 75,0 | | 20,4 | 78,2 | | 28,0 | 79,5 |
| Outros | 5,5 | 25,0 | | 5,7 | 21,8 | | 7,2 | 20,5 |
| TOTAL | 22,0 | 100,0 | | 26,1 | 100,0 | | 35,2 | 100,0 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

*Carne bovina equivale a: carne bovina com osso e sem osso

**Frango equivale a: frango inteiro, pedaços 1, pedaços 2 e miúdos

Pode-se verificar que os dez produtos mais comprados representam 75% da compra na favela, 78,2% na área carente e 79,5% na classe média.

O maior volume de compra per capita na favela é o de arroz, 3,7 kg, seguido do açúcar, 3 kg por mês, e do feijão e farinha de trigo, 2 kg. Esses quatro produtos representam aproximadamente 50% do total do volume de alimentos comprados mensalmente. Situação semelhante se verifica na área carente, embora decresçam as quantidades de arroz e feijão. A queda na compra desses quatro produtos é ainda maior na classe média.

Na área carente, os produtos mais comprados são: leite pasteurizado, arroz, açúcar e farinha de trigo. Também na clas-

se média o leite tem maior volume de compra, seguido do açúcar, laranja e carne bovina.

Em relação às carnes de frango e bovina, tem-se para a primeira, na favela, o menor volume de compra, 0,7 kg por mês/per capita, enquanto a segunda não aparece entre os dez principais produtos. Na área carente, a carne bovina representa 1 kg mensal e a de frango não está entre os dez produtos mais comprados. Já, na classe média, as quantidades compradas aumentam consideravelmente, sendo registrada compra mensal per capita de 2,4 kg de carne bovina e 1,4 kg de carne de frango.

Por outro lado, a banana e a batata são compradas em quantidades significativas pelos três estratos pesquisados.

4.2.1.2 Gasto mensal*

O gasto mensal per capita do três estratos sociais estudados, distribuído por produto e grupo de produtos, pode ser observado na tabela 13. Os totais para os três grupos, em mês/per capita, são: a) favela: Cr\$ 12 604,00; b) área carente: Cr\$ 15 486,00; c) classe média: Cr\$ 23 103,00.

Tem-se que os gastos da área carente e da classe média ultrapassam em 22,9% e 83,3%, respectivamente, os da favela.

Analisando-se a distribuição do gasto com alimentos, segundo os nove grupos de produtos, é possível observar pelos dados da tabela 14 que carnes, por seu valor unitário, representa um grupo importante, independente de sua baixa significação em volume, como se viu anteriormente quanto à favela e área ca-

*No que se refere a valores monetários de cada produto, utilizaram-se os preços médios do Índice do Custo de Vida de Curitiba de Fev/1984 publicado mensalmente pelo IPARDES.

TABELA 13 - DESPESA MÉDIA MENSAL POR CAPITA DOS ESTRATOS PESQUISADOS, EM NÚMEROS ABSOLUTO E PERCENTUAL, SEGUNDO GRUPOS DE PRODUTOS, EM CURITIBA-1964

| GRUPO DE PRODUTOS | FAVELA | | | ÁREA CARENTE | | | CLASSE MÉDIA | | |
|----------------------------|---|--------------------------|-----------------------------|---|--------------------------|-----------------------------|---|--------------------------|-----------------------------|
| | Despesa Média Mensal Per Capita (Em Cr\$) | % Em Relação ao Subtotal | % Em Relação ao TOTAL GERAL | Despesa Média Mensal Per Capita (Em Cr\$) | % Em Relação ao Subtotal | % Em Relação ao TOTAL GERAL | Despesa Média Mensal Per Capita (Em Cr\$) | % Em Relação ao Subtotal | % Em Relação ao TOTAL GERAL |
| Cereais e Derivados | | | | | | | | | |
| Arroz | 1 953 | 53,3 | 15,5 | 1 679 | 49,5 | 10,8 | 1 237 | 37,7 | 5,4 |
| Macarrão | 522 | 14,2 | 4,2 | 499 | 14,7 | 3,3 | 409 | 12,5 | 1,8 |
| Pão | 376 | 10,3 | 3,0 | 494 | 14,6 | 3,2 | 1 044 | 31,9 | 4,5 |
| Farinha de Trigo | 455 | 12,4 | 3,6 | 486 | 14,3 | 3,1 | 370 | 11,3 | 1,6 |
| Farinha de Milho | 167 | 4,6 | 1,3 | 111 | 3,2 | 0,7 | 74 | 2,3 | 0,3 |
| Fubã de milho | 191 | 5,2 | 1,5 | 124 | 3,7 | 0,8 | 143 | 4,3 | 0,6 |
| Subtotal | 3 664 | 100,0 | 29,1 | 3 393 | 100,0 | 21,9 | 3 277 | 100,0 | 14,2 |
| Doçes e Açúcares | | | | | | | | | |
| Açúcar | 866 | 100,0 | 6,9 | 897 | 100,0 | 5,8 | 811 | 100,0 | 3,5 |
| Subtotal | 866 | 100,0 | 6,9 | 897 | 100,0 | 5,8 | 811 | 100,0 | 3,5 |
| Leguminosas | | | | | | | | | |
| Feijão | 1 090 | 100,0 | 8,6 | 894 | 100,0 | 5,8 | 592 | 100,0 | 2,6 |
| Subtotal | 1 090 | 100,0 | 8,6 | 894 | 100,0 | 5,8 | 592 | 100,0 | 2,6 |
| Tubérculos, Raízes | | | | | | | | | |
| Batata | 452 | 75,5 | 3,6 | 482 | 82,3 | 3,1 | 650 | 86,6 | 2,8 |
| Farinha de Mandioca | 147 | 24,5 | 1,2 | 104 | 17,7 | 0,7 | 101 | 13,4 | 0,4 |
| Subtotal | 599 | 100,0 | 4,8 | 586 | 100,0 | 3,8 | 751 | 100,0 | 3,2 |
| Frutos e Frutas | | | | | | | | | |
| Cebola | 134 | 11,0 | 1,1 | 151 | 10,9 | 1,0 | 220 | 9,6 | 1,0 |
| Laranja | 177 | 14,6 | 1,4 | 219 | 15,7 | 1,4 | 843 | 37,0 | 3,6 |
| Banana | 475 | 39,1 | 3,7 | 565 | 40,6 | 3,6 | 621 | 27,2 | 2,7 |
| Tomate (in natura) | 246 | 20,3 | 2,0 | 231 | 16,6 | 1,5 | 274 | 12,0 | 1,2 |
| Massa de Tomate | 182 | 15,0 | 1,4 | 225 | 16,2 | 1,5 | 323 | 14,2 | 1,4 |
| Subtotal | 1 214 | 100,0 | 9,6 | 1 391 | 100,0 | 9,0 | 2 281 | 100,0 | 9,9 |
| Carnes | | | | | | | | | |
| Carne Bovina c/osso | 534 | 26,5 | 4,2 | 1 598 | 43,0 | 10,5 | 2 207 | 25,2 | 9,6 |
| Carne Bovina s/osso | 96 | 4,8 | 0,8 | 538 | 14,5 | 3,5 | 3 766 | 43,1 | 16,3 |
| Frango Inteiro | 443 | 22,0 | 3,5 | 933 | 25,1 | 6,0 | 1 330 | 15,2 | 5,8 |
| Frango Pedacos 1 | 474 | 23,5 | 3,8 | 136 | 3,7 | 0,9 | 114 | 1,3 | 0,5 |
| Frango Pedacos 2 | 21 | 1,0 | 0,2 | 105 | 2,8 | 0,7 | 450 | 5,2 | 1,9 |
| Miúdos de Frango | 92 | 4,6 | 0,7 | 35 | 0,9 | 0,2 | 72 | 0,8 | 0,3 |
| Embutidos | 354 | 17,5 | 2,8 | 362 | 9,7 | 2,3 | 793 | 9,1 | 3,4 |
| Enlatados | 3 | 0,1 | 0,0 | 11 | 0,3 | 0,1 | 5 | 0,1 | 0,0 |
| Subtotal | 2 017 | 100,0 | 16,0 | 3 718 | 100,0 | 24,0 | 8 737 | 100,0 | 37,8 |
| Ovos, Leites | | | | | | | | | |
| Ovos | 310 | 38,1 | 2,5 | 594 | 32,8 | 3,8 | 990 | 28,1 | 4,3 |
| Leite Pasteurizado | 360 | 44,3 | 2,9 | 1 136 | 62,7 | 7,3 | 2 365 | 67,0 | 10,2 |
| Leite em Pó | 143 | 17,6 | 1,1 | 83 | 4,5 | 0,6 | 174 | 4,9 | 0,8 |
| Subtotal | 813 | 100,0 | 6,5 | 1 813 | 100,0 | 11,7 | 3 529 | 100,0 | 15,3 |
| Óleos e Gorduras | | | | | | | | | |
| Óleo de Soja | 1 002 | 74,0 | 7,9 | 1 235 | 71,6 | 8,0 | 1 144 | 62,9 | 5,0 |
| Óleo - Outros | - | - | - | 27 | 1,6 | 0,1 | - | - | - |
| Margarina | 352 | 26,0 | 2,8 | 462 | 26,8 | 3,0 | 676 | 37,1 | 2,9 |
| Subtotal | 1 354 | 100,0 | 10,7 | 1 724 | 100,0 | 11,1 | 1 820 | 100,0 | 7,9 |
| Diversos | | | | | | | | | |
| Cafê | 741 | 75,1 | 5,9 | 890 | 83,2 | 5,7 | 1 046 | 80,2 | 4,5 |
| Mate/Infusões | 234 | 23,7 | 1,8 | 168 | 15,7 | 1,1 | 241 | 18,5 | 1,0 |
| Cevada | 12 | 1,2 | 0,1 | 12 | 1,1 | 0,1 | 18 | 1,3 | 0,1 |
| Subtotal | 987 | 100,0 | 7,8 | 1 070 | 100,0 | 6,9 | 1 305 | 100,0 | 5,6 |
| TOTAL | 12 604 | | 100,0 | 15 406 | | 100,0 | 23 103 | | 100,0 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa do Campo. Fev/Mar-1964

rente. Com efeito, o habitante da favela despense 16% de seu gasto com alimentos na compra de carne, que não alcança 1,2kg por mês. Enquanto na favela carnes ocupa o segundo lugar dentro dos nove grupos; logo após cereais e derivados com 29,1% do gasto, na área carente e classe média esse grupo é o de maior significação, com 24,0% e 37,8% do gasto, respectivamente.

TABELA 14 - PARTICIPAÇÃO DOS GASTOS DOS ESTRATOS PESQUISADOS, EM NÚMEROS ABSOLUTO E PERCENTUAL, SEGUNDO GRUPOS DE PRODUTOS, EM CURITIBA-1984

| GRUPO DE PRODUTO | FAVELA | | ÁREA CARENTE | | CLASSE MÉDIA | |
|---------------------|--------|-------|--------------|-------|--------------|-------|
| | Cr\$ | % | Cr\$ | % | Cr\$ | % |
| Cereais e Derivados | 3 664 | 29,1 | 3 343 | 21,9 | 3 277 | 14,2 |
| Acúcares | 866 | 6,9 | 897 | 5,8 | 811 | 3,5 |
| Leguminosas | 1 090 | 8,6 | 894 | 5,8 | 592 | 2,6 |
| Tubérculos, Raízes | 599 | 4,8 | 586 | 3,8 | 751 | 3,2 |
| Frutos e Frutas | 1 214 | 9,6 | 1 391 | 9,0 | 2 281 | 9,9 |
| Carnes | 2 017 | 16,0 | 3 718 | 24,0 | 8 737 | 37,8 |
| Ovos, Leites | 813 | 6,5 | 1 813 | 11,7 | 3 529 | 15,3 |
| Óleos e Gorduras | 1 354 | 10,7 | 1 724 | 11,1 | 1 820 | 7,9 |
| Diversos | 987 | 7,8 | 1 070 | 6,9 | 1 305 | 5,6 |
| TOTAL | 12 604 | 100,0 | 15 486 | 100,0 | 23 103 | 100,0 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

O grupo óleos e gorduras ocupa o terceiro lugar em ordem de importância na favela, com 10,7%, enquanto na área carente essa posição é ocupada por ovos e leites, com 11,7%. Na classe média, esse último grupo, com 15,3%, está em segundo lugar e cereais e derivados em terceiro, com 14,2%.

Já, o arroz, independente do estrato, é um produto de grande importância no gasto familiar. Na favela representa 15,5% do gasto total, ocupando o primeiro lugar; na área carente ocupa a segunda posição, com 10,8% e na classe média, a sexta com 5,4% (tabela 15).

TABELA 15 - PRINCIPAIS PRODUTOS COMPRADOS, DESPESA MÉDIA MENSAL PER CAPITA E PERCENTUAL DO TOTAL DOS ALIMENTOS PESQUISADOS, POR ESTRATO INVESTIGADO, EM CURITIBA-1984 (Em Cr\$)

| FAVELA | | | ÁREA CARENTE | | | CLASSE MÉDIA | | |
|--|---|-----------------------|---|---|-----------------------|---|---|-----------------------|
| Produto | Despesa Média Mensal Per Capita (Em Cr\$) | % em Relação ao TOTAL | Produto | Despesa Média Mensal Per Capita (Em Cr\$) | % em Relação ao TOTAL | Produto | Despesa Média Mensal Per Capita (Em Cr\$) | % em Relação ao TOTAL |
| Arroz | 1 952 | 15,5 | Carne Bovina (com e sem osso) | 2 136 | 13,8 | Carne Bovina (com e sem osso) | 5 973 | 25,9 |
| Derivados de Trigo (macarrão, farinha e pão) | 1 353 | 10,7 | Óleos e Gorduras | 1 726 | 11,1 | Leites (pasteurizado e em pó) | 2 539 | 11,0 |
| Óleos e Gorduras | 1 354 | 10,7 | Arroz | 1 679 | 10,8 | Frango (inteiro, pedaços e miúdos) | 1 966 | 8,5 |
| Falção | 1 090 | 8,6 | Derivados de Trigo (macarrão, pão, farinha) | 1 479 | 9,6 | Derivados de Trigo (macarrão, pão, farinha) | 1 623 | 7,9 |
| Frango (inteiro, pedaços e miúdos) | 1 030 | 8,2 | Leites (pasteurizado e em pó) | 1 219 | 7,9 | Óleos e Gorduras | 1 820 | 7,9 |
| Acúcar | 866 | 6,9 | Frango (inteiro, pedaços e miúdos) | 1 209 | 7,8 | Arroz | 1 237 | 5,4 |
| Café | 741 | 5,9 | Acúcar | 897 | 5,8 | Café | 1 046 | 4,5 |
| Carne Bovina (com e sem osso) | 630 | 5,0 | Falção | 894 | 5,8 | Ovos | 990 | 4,3 |
| Leites (pasteurizado e em pó) | 503 | 4,0 | Café | 890 | 5,7 | Laranja | 843 | 3,6 |
| Banana | 475 | 3,8 | Ovos | 594 | 3,8 | Acúcar | 811 | 3,5 |
| Subtotal | 9 995 | 79,3 | Subtotal | 12 721 | 82,1 | Subtotal | 19 048 | 82,5 |
| TOTAL dos 32 Produtos | 12 604 | 100,0 | TOTAL dos 32 Produtos | 15 486 | 100,0 | TOTAL dos 32 Produtos | 23 103 | 100,0 |

FONTE: IMPRES - Pesquisa de Campo, Fevereiro-1984

A carne de frango, que é a mais comprada na favela, representa 8,2% em seu gasto, apesar de ter compra mensal per capita de somente 700g; na área carente e classe média esse produto também adquire relevância, com 7,8% e 8,5%, respectivamente. A carne bovina, por sua vez, ocupa o primeiro lugar na área carente, representando 13,8% do gasto. A mesma posição é ocupada na classe média, onde a participação da carne bovina é de 25,9%.

Os óleos e gorduras se situam em terceiro lugar na favela, com 10,7%, tendo grande peso na área carente, com 11,1%, e na classe média, com 7,9%, ocupando o segundo e o quinto lugares, respectivamente.

4.3 PERIODICIDADE DE COMPRA DE CADA PRODUTO

Solicitou-se, para cada produto comprado periodicamente pelas famílias, a frequência com que realizavam a compra. Por outro lado, objetivava-se comprovar a existência de alguma relação entre renda e periodicidade da aquisição dos alimentos e, por outro, conhecer os hábitos de compra nos três estratos

pesquisados como informações básica para futuras ações que se desenvolvam na área de abastecimento alimentar (tabela 16).

TABELA 16 - PERIODICIDADE DA COMPRA DOS 32 PRODUTOS NOS ESTRATOS PESQUISADOS, EM CURITIBA-1984

| FAVELA | | ÁREA CARENTE | | CLASSE MÉDIA | |
|----------------------|------------|----------------------|------------|----------------------|------------|
| Produto | Nº de Dias | Produto | Nº de Dias | Produto | Nº de Dias |
| Cevada | 22 | Fubã de Milho | 27 | Farinha de Milho | 29 |
| Mate/Infusões | 21 | Mate/Infusões | 27 | Farinha de Mandioca | 28 |
| Farinha de Trigo | 20 | Farinha de Milho | 26 | Óleo - Outros | 28 |
| Farinha de Mandioca | 20 | Farinha de Mandioca | 26 | Massa de Tomate | 28 |
| Massa de Tomate | 20 | Farinha de Trigo | 25 | Farinha de Trigo | 26 |
| Farinha de Milho | 19 | Óleo - Outros | 25 | Fubã de Milho | 26 |
| Óleo - Outros | 19 | Cevada | 25 | Açúcar | 26 |
| Macarrão | 18 | Arroz | 24 | Enlatados | 26 |
| Açúcar | 18 | Feijão | 24 | Mate/Infusões | 26 |
| Leite em Pó | 18 | Macarrão | 24 | Arroz | 25 |
| Óleo de Soja | 18 | Açúcar | 24 | Feijão | 25 |
| Margarina | 18 | Massa de Tomate | 24 | Macarrão | 25 |
| Enlatados | 18 | Café | 24 | Leite em pó | 25 |
| Café | 18 | Leite em pó | 23 | Óleo de Soja | 25 |
| Arroz | 17 | Óleo de Soja | 23 | Café | 25 |
| Feijão | 16 | Margarina | 23 | Margarina | 24 |
| Carne Bovina s/ osso | 16 | Miúdos de Frango | 23 | Cevada | 18 |
| Batata | 16 | Enlatados | 20 | Ovos | 14 |
| Cebola | 16 | Embutidos | 16 | Cebola | 13 |
| Fubã de Milho | 15 | Cebola | 16 | Batata | 12 |
| Carne Bovina c/ osso | 15 | Ovos | 15 | Frango Inteiro | 11 |
| Frango Inteiro | 15 | Batata | 14 | Frango Pedacos 2 | 11 |
| Ovos | 14 | Frango Pedacos 1 | 13 | Embutidos | 11 |
| Miúdos de Frango | 14 | Frango Inteiro | 12 | Miúdos de Frango | 10 |
| Embutidos | 13 | Carne Bovina c/ osso | 11 | Tomate (in natura) | 9 |
| Frango Pedacos 2 | 12 | Frango Pedacos 2 | 11 | Laranja | 9 |
| Laranja | 10 | Tomate (in natura) | 9 | Banana | 9 |
| Frango Pedacos 1 | 9 | Laranja | 9 | Carne Bovina c/ osso | 7 |
| Banana | 9 | Banana | 9 | Carne Bovina s/ osso | 7 |
| Tomate (in natura) | 8 | Carne Bovina s/ osso | 7 | Frango Pedacos 1 | 5 |
| Leite Pasteurizado | 5 | Pão | 3 | Leite Pasteurizado | 2 |
| Pão | 3 | Leite Pasteurizado | 3 | Pão | 1 |

FDNTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

Adverte-se que a periodicidade de compra dos produtos não-perecíveis baixa conforme cresce a renda e que as compras mais freqüentes nos estratos de maior renda são de produtos frescos.

O leite e o pão são os produtos comprados com maior freqüência nos três estratos pesquisados, porém, a classe média os compra com maior periodicidade.

Convém destacar que apesar da baixa renda mensal, os moradores da favela compram 22 produtos a cada 16 dias, em média.

Isso pressupõe uma compra em quantidades significativas e um planejamento dos gastos em alimentos, pelo menos no que se refere aos produtos de consumo diário (arroz; feijão, açúcar, etc.). Esse comportamento talvez seja resultado da falta de opções na substituição de produtos, determinada pelo baixo poder aquisitivo nesse estrato. Tal situação é constatada pela débil inclusão na dieta familiar de produtos de maior custo, como frango, carne e outros.

Os dados da tabela 17 mostram os 11 produtos consumidos por mais de 80% da população da favela - parâmetro para comparação entre estratos. Pode-se notar que oito produtos são comprados na favela a cada 16/18 dias; a banana e o tomate, por sua vez, quase semanalmente e o pão a cada três dias.

TABELA 17 - PERIODICIDADE DE COMPRA NOS ESTRATOS PESQUISADOS, SEGUNDO OS PRINCIPAIS PRODUTOS CONSUMIDOS, EM CURITIBA-1984

| PRODUTO | FAVELA | | ÁREA CARENTE | | CLASSE MÉDIA | |
|--------------|-------------|------|--------------|------|--------------|------|
| | Consumo (%) | Dias | Consumo (%) | Dias | Consumo (%) | Dias |
| Arroz | 100,00 | 17 | 100,00 | 24 | 100,00 | 25 |
| Feijão | 100,00 | 16 | 100,00 | 24 | 99,00 | 25 |
| Açúcar | 99,33 | 18 | 99,33 | 24 | 100,00 | 26 |
| Pão | 94,67 | 3 | 96,00 | 3 | 98,00 | 1 |
| Cafê | 91,33 | 18 | 96,00 | 24 | 95,00 | 25 |
| Óleo de Soja | 89,33 | 18 | 96,00 | 23 | 96,00 | 25 |
| Macarrão | 87,33 | 18 | 92,00 | 24 | 96,00 | 25 |
| Banana | 84,67 | 9 | 88,67 | 9 | 94,00 | 9 |
| Cebola | 84,00 | 16 | 93,33 | 16 | 99,00 | 13 |
| Batata | 84,00 | 16 | 93,33 | 14 | 96,00 | 12 |
| Tomate | 82,67 | 8 | 86,00 | 9 | 97,00 | 9 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

Observe-se ainda que para os produtos não-perecíveis os prazos de compra aumentam na área carente e classe média, passando a três semanas e mais.

4.4 LOCAL DE COMPRA

Para cada família, solicitou-se o tipo de comércio onde compra cada produto, e, de posse dessas informações, pôde ser definida a clientela de cada comércio (tabela 18).

TABELA 18- LOCAL DE COMPRA DOS TRÊS ESTRATOS PESQUISADOS, EM PERCENTUAL, EM CURUTIBA-1984

| EQUIPAMENTO | FAVELA | ÁREA CARENTE | CLASSE MÉDIA |
|------------------------|--------|-----------------|-----------------|
| Supermercado | 84,7 | 94,7 | 96,0 |
| Feira | 3,3 | 7,3 | 13,0 |
| Açougue | 18,7 | 20,7 | 34,0 |
| Armazém | 34,7 | 12,7 | 8,0 |
| Panificadora | 10,7 | 18,7 | 51,0 |
| Mercearia | 29,3 | 24,0 | 9,0 |
| Vendedor Ambulante | 36,0 | 25,3 | 23,0 |
| Cooperativa de Consumo | 1,3 | 2,0 | 3,0 |
| Varejão/Sacolão | 12,7 | 10,0 | 7,0 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

Surge, assim, com evidente importância, a participação do supermercado como local de compra, independente do nível de renda da família. Entretanto, pode-se dizer que a penetração nesse equipamento cresce com a renda, de tal maneira que a quase totalidade das famílias da área carente e da classe média têm esse ponto de venda como principal abastecedor.

Com respeito ao restante dos equipamentos comerciais que conformam o sistema de abastecimento de alimentos de Curitiba, evidencia-se, em geral, uma participação menor. De maneira significativa, sua importância cresce ou decresce de acordo com os níveis de renda de cada estrato. Assim, nota-se que enquanto nas feiras, açougues e panificadoras a frequência de compra au-

menta com a renda familiar, nos armazéns e mercearias ocorre situação inversa.

Os três tipos de comércio - feira, açougue e panificadora - que têm a frequência aumentada em função da renda são, pode-se dizer, vendedores de produtos especializados (frutas e hortaliças, carnes e pão) que satisfazem uma demanda específica, oferecendo qualidade e sortimento não-disponíveis no restante dos equipamentos comerciais.

Por sua vez, o armazém e mercearia não oferecem a esse consumidor (de maiores rendas) vantagens diferenciais, enquanto para os habitantes da favela esses equipamentos são valorizados pela proximidade do domicílio e pelo crédito. Porém, como se verá mais adiante, quando a análise se volta a volumes de produtos, vê-se que essa valorização decresce consideravelmente.

O vendedor ambulante tem presença destacada nos três estratos, com participação máxima na favela, 36,0%. Os compradores de cooperativas de consumo são em número insignificante, isso porque a maioria dos entrevistados desconhece ou não tem acesso ao equipamento.

Quanto ao sacolão e varejão, tendo em vista os escassos comércios desse tipo na cidade e a conveniência de aí se realizar compras de um volume relativamente grande, era de se supor uma maior procura pelos estratos que dispõem de condução própria ou de uma disponibilidade de compra.

No entanto, isso não se verifica, pois é a favela a responsável pela maior frequência nesse comércio. Se se compara esse comportamento dos habitantes da favela com a compra em feiras (apenas 3,3%), pode-se concluir que valorizam de maneira particular o baixo nível de preços, em detrimento da qualidade do produto.

Em relação aos supermercados, principal ponto de venda para o total do universo de baixa renda, fez-se uma análise particularizada, a partir da classificação adotada em estudo realizado anteriormente pelo IPARDES,² cujos resultados aparecem na tabela 19.

TABELA 19 - COMPRA DOS TRÊS ESTRATOS PESQUISADOS, EM PERCENTUAL, SEGUNDO TIPOS DE SUPERMERCADO, EM CURITIBA-1984

| SUPERMERCADOS | FAVELA | ÁREA CARENTE | CLASSE MÉDIA |
|-------------------|--------|--------------|--------------|
| Cadeia | | | |
| Local | 36,0 | 28,0 | 48,0 |
| Estadual/Regional | 19,4 | 20,7 | 16,0 |
| Nacional | 9,3 | 5,3 | 23,0 |
| Subtotal | 64,7 | 54,0 | 87,0 |
| Isolados | | | |
| Pequeno | 8,0 | 12,1 | 1,0 |
| Médio | 7,3 | 25,3 | 1,0 |
| Grande | 4,7 | 3,3 | 7,0 |
| Subtotal | 20,0 | 40,7 | 9,0 |
| TOTAL | 84,7 | 94,7 | 96,0 |

FONTES: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

Apesar de as cadeias de supermercados participarem com 87 unidades de auto-serviços de um total de 187 em Curitiba, essas são tidas como comércio preferencial de compra pelos três segmentos populacionais, respondendo com 64,7% na favela, 54% na área carente e 87% na classe média.

Os supermercados isolados têm participação significativamente menor, particularmente na favela, com 20%, e classe média, com 9%. Na área carente, a participação é de 40,7%.

²Op. cit., nota 1

Se se aceita a hipótese da motivação de concorrência a um determinado local de compra pelo seu baixo nível de preços, em particular para a população de favelas, cabe adiantar a possibilidade de que as cadeias ofereçam um melhor preço nos produtos que compõem a cesta básica desse grupo de consumidores.

A frequência de 64,7% da população da favela em cadeias de supermercados implica um grande deslocamento, favorecido, porém, pelo fato de esse tipo de comércio estar localizado, preferencialmente, em vias rápidas e próximo a terminais de transportes coletivos. Na realidade, os dados obtidos sobre as distâncias dos locais de compra demonstram que 30,4% dos consumidores da favela realizam compras em supermercados instalados a mais de dez quadras de seu domicílio.

Convém destacar a maior importância relativa dos supermercados de cadeias locais (40 unidades) como ponto de compra de grande parte da amostra investigada. Tanto a classe média como a favela os frequentam com participação significativa, 48% e 36%, respectivamente. Essa participação diminui para a área carente, 28,0%. Esse grupo social canaliza parte importante de suas compras nos supermercados isolados de tamanho médio, 25,3%.

4.5 DISTÂNCIA DO LOCAL DE COMPRA

Essa variável permitiu conhecer o comportamento do consumidor em relação ao deslocamento para realização de suas compras; isso servirá de subsídio para as próximas pesquisas que estão sendo realizadas a nível de comércio varejista e atacadista.

Classificou-se o comércio de alimentos, quanto à sua localização espacial, em gerativo de clientela e de proximidade,

entendendo por gerativo aquele que provoca, por sua política (preço, variedade, qualidade, etc.), um fluxo de clientela - caso do supermercado -, e de proximidade, o grupo de comércios que não desenvolve uma política especial para atrair clientela, brindando-a, como vantagem principal, com a proximidade do domicílio - caso do açougue, armazém, panificadora, mercearia, etc.).

Como já se assinalou anteriormente, o sistema de feiras tem a menor importância no abastecimento de alimentos de Curitiba para os grupos de menores rendas. Essa forma de comércio, com localização gerativa de clientela, não encontra grande receptividade por parte da população da favela, 3,3%, e área carente, 7,3%. Os poucos fregueses desse tipo de comércio, dentre os dois grupos populacionais, parecem recorrer às feiras fundamentalmente em razão da sua localização e não por razões de preços, como se verá mais adiante. Os 80% dos habitantes da favela que compram em feiras têm seus domicílios a menos de quatro quadras desse comércio e, na área carente, quase 64% da população está a essa distância. Já, na classe média, 56,1% dos compradores residem a mais de dez quadras (tabela 20).

Quanto ao supermercado, também de característica gerativa, fica evidenciado na tabela 20 que um número importante de consumidores dos três estratos estudados se desloca mais de dez quadras para realizar seu abastecimento (favela 30,4%, área carente 31,2% e classe média 43,2%).

A população favelada que faz compras em armazém, açougue, panificadora e mercearia, definidos como comércio de proximidade, tem um equipamento desse tipo até quatro quadras de seu domicílio em pelo menos 81,3% dos casos. Esse percentual é indicativo

TABELA 20 - DISTÂNCIA DO LOCAL DE COMPRA E PERCENTUAL DE COMPRADORES, SEGUNDO OS ESTRATOS PESQUISADOS E TIPOS DE COMÉRCIO, EM CURITIBA-1984 (Em %)

| ESTRATO TIPO DE COMÉRCIO | DISTÂNCIA (EM QUADRAS) | | | | | | COMPRADORES |
|--------------------------------|------------------------|-------|-------|-------|--------|------------|-------------|
| | Até 2 | Até 4 | Até 6 | Até 8 | Até 10 | Mais de 10 | |
| Favela | | | | | | | |
| Supermercado | 10,4 | 28,8 | 48,8 | 59,2 | 69,6 | 30,4 | 84,7 |
| Feira | 60,0 | 80,0 | 80,0 | 80,0 | 100,0 | - | 3,3 |
| Açougue | 55,2 | 86,2 | 93,1 | 93,1 | 96,6 | 3,4 | 18,7 |
| Armazém | 82,4 | 92,2 | 96,1 | 98,1 | 100,0 | - | 34,7 |
| Panificadora | 56,3 | 81,3 | 100,0 | - | - | - | 10,7 |
| Mercearia | 79,6 | 91,0 | 95,6 | 100,0 | - | - | 29,3 |
| Área Carente | | | | | | | |
| Supermercado | 27,7 | 45,4 | 56,0 | 59,6 | 68,8 | 31,2 | 94,7 |
| Feira | 63,6 | 63,6 | 63,6 | 63,6 | 72,7 | 27,3 | 7,3 |
| Açougue | 28,1 | 65,6 | 71,9 | 71,9 | 81,3 | 18,7 | 20,7 |
| Armazém | 85,0 | 95,0 | 95,0 | 95,0 | 95,0 | 5,0 | 12,7 |
| Panificadora | 42,3 | 80,8 | 92,3 | 92,3 | 96,2 | 3,8 | 18,7 |
| Mercearia | 89,2 | 97,3 | 97,3 | 97,3 | 97,3 | 2,7 | 24,0 |
| Classe Média | | | | | | | |
| Supermercado | 16,8 | 23,1 | 38,9 | 41,0 | 56,8 | 43,2 | 96,0 |
| Feira | 18,8 | 18,8 | 25,1 | 31,4 | 43,9 | 56,1 | 13,0 |
| Açougue | 40,6 | 62,5 | 65,6 | 65,6 | 81,2 | 18,8 | 34,0 |
| Armazém | 66,7 | 77,8 | 77,8 | 77,8 | 77,8 | 22,2 | 8,0 |
| Panificadora | 46,9 | 73,4 | 79,5 | 79,5 | 91,7 | 8,3 | 51,0 |
| Mercearia | 70,0 | 70,0 | 80,0 | 90,0 | 90,0 | 10,0 | 9,0 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

do alto nível de atomização existente no comércio de proximidade.

4.6 LOCOMOÇÃO AO LOCAL DE COMPRA

Aqui se apresentam as diferenças fundamentais das formas de locomoção aos locais de compra de alimentos da população dos três estratos pesquisados.

Praticamente a totalidade das famílias da favela realiza o seu abastecimento indo a pé até o local de compra. Somente 11,6% dos compradores em supermercados chegam a esse ponto de venda de ônibus. Quanto ao sacolão e varejão, 21,0% dos que aí compram utilizam o transporte coletivo. Em relação ao comércio de proximidade, a maioria dos habitantes da favela chega a esse equipamento caminhando (tabela 21).

TABELA 21 - MEIOS DE LOCOMOÇÃO DA POPULAÇÃO DO ESTRATO FAVELA, SEGUNDO LOCAL DE COMPRA, EM CURITIBA -1984 (Em %)

| LOCAL DE COMPRA | MEIO DE LOCOMOÇÃO | | | |
|------------------------|-------------------|--------|------------------|-----------|
| | A Pé | Ônibus | Carro Particular | Bicicleta |
| Supermercado | 87,6 | 11,6 | - | 0,8 |
| Feira | 100,0 | - | - | - |
| Açougue | 96,6 | - | - | 3,4 |
| Armazém | 100,0 | - | - | - |
| Panificadora | 100,0 | - | - | - |
| Mercearia | 100,0 | - | - | - |
| Vendedor Ambulante | 100,0 | - | - | - |
| Cooperativa de Consumo | - | 50,0 | 50,0 | - |
| Varejão/Sacolão | 73,7 | 21,0 | - | 5,3 |
| Não-especificado | 100,0 | - | - | - |
| Atacado | - | - | - | - |
| Outros | 90,8 | 4,6 | - | 4,6 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

Na área carente, diminui a importância relativa da locomoção a pé, aumentando a do transporte coletivo e aparecendo a utilização do carro particular. Da população desse estrato, 12,1% dos compradores em supermercados utilizam o transporte próprio e 15,6% se valem do ônibus. Observa-se também o emprego do carro particular para compras em feiras, 27,3%, açougue, 12,5%, panificadora, 7,1%, e sacolão e varejão, 25,0%, (tabela 22).

TABELA 22 - MEIOS DE LOCOMOÇÃO DA POPULAÇÃO DO ESTRATO ÁREA CAARENTE, SEGUNDO LOCAL DE COMPRA, EM CURITIBA-1984
(Em %)

| LOCAL DE COMPRA | MEIO DE LOCOMOÇÃO | | | |
|------------------------|-------------------|--------|------------------|-----------|
| | A Pé | Ônibus | Carro Particular | Bicicleta |
| Supermercado | 71,6 | 15,6 | 12,1 | 0,7 |
| Feira | 63,6 | 9,1 | 27,3 | - |
| Açougue | 84,4 | 3,1 | 12,5 | - |
| Armazém | 100,0 | - | - | - |
| Panificadora | 89,3 | 3,6 | 7,1 | - |
| Mercearia | 97,3 | 2,7 | - | - |
| Vendedor Ambulante | 100,0 | - | - | - |
| Cooperativa de Consumo | 100,0 | - | - | - |
| Varejão/Sacolão | 18,8 | 56,2 | 25,0 | - |
| Não-especificado | 100,0 | - | - | - |
| Atacado | - | - | 100,0 | - |
| Outros | 88,9 | 11,1 | - | - |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

A quase totalidade das compras em armazém e mercearia são realizadas a pé, o que evidencia que a escolha de um comércio mais afastado não significa para esse estrato vantagem em termos de preço, sortimento, qualidade, etc.

A classe média, por sua vez, aumenta a participação na utilização do carro particular. Mais da metade dos fregueses dos supermercados, 53,1% chega dessa forma a esse tipo de comércio. As panificadoras, chegam 18,4% dos compradores desse estrato e aos açougues, 26,5% (tabela 23).

TABELA 23 - MEIOS DE LOCOMOÇÃO DA POPULAÇÃO DO ESTRATO CLASSE MÉDIA, SEGUNDO LOCAL DE COMPRA, EM CURITIBA-1984
(Em %)

| LOCAL DE COMPRA | MEIO DE LOCOMOÇÃO | | | |
|------------------------|-------------------|--------|------------------|-----------|
| | A Pê | Ônibus | Carro Particular | Bicicleta |
| Supermercado | 33,3 | 13,6 | 53,1 | - |
| Feira | 43,8 | 12,4 | 43,8 | - |
| Açougue | 64,7 | 8,8 | 26,5 | - |
| Armazém | 77,8 | 11,1 | 11,1 | - |
| Panificadora | 77,5 | 4,1 | 18,4 | - |
| Mercearia | 90,0 | - | 10,0 | - |
| Vendedor Ambulante | 86,6 | 6,7 | 6,7 | - |
| Cooperativa de Consumo | - | 33,3 | 66,7 | - |
| Varejão/Sacolão | 28,6 | 14,3 | 57,1 | - |
| Não-especificado | - | - | - | - |
| Atacado | - | - | 100,0 | - |
| Outros | 55,6 | 11,1 | 33,3 | - |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

Ainda nesse estrato, o ônibus é empregado de maneira menos significativa que na área carente para o abastecimento em supermercados, com 13,6% de utilização.

4.7 RAZÕES DE COMPRA E NÃO-COMPRA

Essa variável possibilitou que fossem levantadas as opiniões da população pesquisada sobre os distintos revendedores

de produtos alimentares de Curitiba.

Procurou-se detectar as motivações que determinaram a escolha de um ou outro equipamento comercial para a compra de alimentos. No caso dos equipamentos preteridos, solicitaram-se as razões que levaram a esse comportamento.

Deve-se alertar que foi aceita mais de uma resposta para justificar a escolha ou a exclusão de determinado tipo de comércio.

Os dados da tabela 24 representam uma síntese das opiniões da população da favela, referente às razões de compra nos diferentes comércios de alimentos.

TABELA 24 - TIPOS DE COMÉRCIO PROCURADOS PELA POPULAÇÃO DO ESTRATO FAVELA, SEGUNDO RAZÕES APONTADAS, EM CURITIBA-1984 (Em %)

| RAZÃO | TIPOS DE COMÉRCIO | | | | | | | |
|------------------------|-------------------|-------|---------|---------|--------------|-----------|------------------------|-----------------|
| | Supermercado | Feira | Açougue | Armazém | Panificadora | Mercearia | Cooperativa de Consumo | Varejão/Sacolão |
| Preço Baixo | 58,46 | 66,67 | 31,03 | 7,69 | - | 9,09 | 100,00 | 94,74 |
| Proximidade | 36,92 | 50,00 | 58,62 | 78,85 | 76,47 | 84,09 | - | 10,53 |
| Crédito | 1,54 | - | 3,45 | 13,46 | - | 9,09 | - | - |
| Trajeto Rotineiro | 4,62 | - | 3,45 | - | - | - | - | - |
| Hábito de Compra | 10,77 | - | 3,45 | 1,92 | 5,88 | 2,27 | - | - |
| Proprietário Conhecido | 3,08 | - | - | 1,92 | - | - | - | - |
| Venda Miúda | - | - | - | 1,92 | - | 2,27 | - | - |
| Outras | 11,54 | 16,67 | 10,34 | 3,85 | 23,53 | 9,09 | 50,00 | 15,79 |

FOIITE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984.

Note-se que 58,46% da clientela dos supermercados o define como comércio de preços baixos e aproximadamente 37% citam a proximidade do domicílio como a principal razão de compra.

Também, em relação ao armazém e mercearia, os dois tipos de comércio que aparecem em ordem de importância logo após o supermercado, essa população tem como primeira razão de compra a proximidade do domicílio, com 78,85% e 84,09% para cada equipamento, respectivamente. Note-se que para ambos os comércios,

o crédito é um aspecto valorizado, pois 13,46% dos fregueses do armazém e 9,09% dos que compram em mercearia o mencionaram como razão de compra.

Para o açougue e panificadora, dois tipos de comércio com menor peso no abastecimento da população da favela, a proximidade do domicílio é o principal motivo de compra e, nesse caso, o crédito é desconsiderado.

Os 19 compradores do sacolão e varejão, que representam 12,67% do total das famílias da favela, apontam o baixo preço como motivação fundamental para suas compras nesse tipo de comércio, em 94,74% dos casos.

Por outro lado, as razões apontadas pela população da favela para não comprar em supermercados estão ligadas à distância, falta de crédito e de condições financeiras (tabela 25).

TABELA 25 - TIPOS DE COMÉRCIO NÃO-PROCURADOS PELA POPULAÇÃO DO ESTRATO FAVELA, SEGUNDO RAZÕES APONTADAS, EM CURITIBA - 1984 (Em %)

| RAZÃO | TIPOS DE COMÉRCIO | | | | | | | |
|-----------------------------|-------------------|-------|---------|---------|--------------|-----------|------------------------|-----------------|
| | Supermercado | Feira | Açougue | Armazém | Panificadora | Mercearia | Cooperativa de Consumo | Varejão/Sacolão |
| Preço Elevado | - | 11,81 | 22,31 | 50,00 | 4,51 | 54,72 | 0,68 | 2,29 |
| Distância | 25,00 | 52,78 | 31,40 | 29,59 | 39,85 | 24,53 | 32,43 | 57,25 |
| Não tem Crédito | 25,00 | 0,69 | - | 3,06 | 2,26 | 2,83 | - | - |
| Sem Condições Financeiras | 35,00 | 28,47 | 32,23 | 4,08 | 11,28 | 14,15 | - | 19,08 |
| Produção Própria | - | - | - | - | 34,59 | 0,94 | - | - |
| Não Opera com Vendas Miúdas | 5,00 | - | - | - | - | 0,94 | - | - |
| Outras | 10,00 | 12,50 | 21,49 | 14,29 | 12,78 | 5,66 | 67,57 | 23,56 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

Em relação às feiras, a ausência do habitante da favela nesse equipamento é explicada, em primeiro lugar, pela distância do domicílio, 52,78%, seguida da falta de condições financeiras, 28,47%, e preços elevados, 11,81%. Quanto ao armazém e mercearia, tem-se os preços elevados como razão primeira da não-compra, com 50,0% e 54,72%, respectivamente.

A população da área carente, por sua vez, também aponta o baixo preço como razão da escolha dos supermercados para suas compras, 54,93%. A proximidade do domicílio aparece como a segunda razão de compra nesse estrato, 47,89%, superando o índice da favela. Isso porque vários supermercados isolados estão instalados nessa área, bem como algumas cadeias regionais, que em face do saturamento nas zonas centrais evoluem na periferia da cidade (tabela 26).

TABELA 26 - TIPOS DE COMÉRCIO PROCURADOS PELA POPULAÇÃO DO ESTRATO ÁREA CARENTE, SEGUNDO RAZÕES APONTADAS, EM CURITIBA-1984 (Em %)

| RAZÃO | TIPOS DE COMÉRCIO | | | | | | | |
|------------------------|-------------------|-------|---------|---------|--------------|-----------|------------------------|-----------------|
| | Supermercado | Feira | Açougue | Armazém | Panificadora | Mercearia | Cooperativa de Consumo | Varejão/Sacolão |
| Preço Baixo | 54,93 | 33,33 | 21,21 | - | - | 8,11 | 33,33 | 87,50 |
| Proximidade | 47,89 | 66,67 | 60,61 | 60,67 | 63,33 | 86,49 | - | 12,50 |
| Crédito | 5,63 | - | 6,06 | 28,57 | - | 8,11 | - | - |
| Trajetos Rotineiros | 5,63 | - | 3,03 | - | 3,33 | - | 33,33 | - |
| Hábito de Compra | 9,86 | 16,67 | 3,03 | - | - | 2,70 | - | - |
| Proprietário Conhecido | 5,63 | - | 3,03 | 9,52 | - | 2,70 | - | - |
| Venda Miúda | - | - | - | - | - | 2,70 | - | - |
| Outras | 12,68 | 16,67 | 18,18 | - | 30,00 | 2,70 | 33,33 | 18,75 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

Para o restante dos equipamentos comerciais instalados nos bairros, a razão principal de procura pelos habitantes da área carente é a proximidade do domicílio. Somente em relação ao açougue a razão preço baixo é apontada por 21,21% da freqüência.

Os 12 compradores de feiras, do total de 150 entrevistados na área carente, assinalam a proximidade desse equipamento do domicílio como determinante de sua procura; somente um terço dessa população tem como razão o preço baixo.

Quanto ao sacolão e varejão, o preço baixo também determina a procura, como no caso dos habitantes da favela.

Por outro lado, as razões de não-compra apontadas pelos habitantes da área carente no que se refere às feiras são, em primeiro lugar, a distância do domicílio, 73,19%, em segundo, a falta de condições financeiras, 11,59% (tabela 27).

TABELA 27 - TIPOS DE COMÉRCIO NÃO-PROCURADOS PELA POPULAÇÃO DO ESTRATO ÁREA CARENTE, SEGUNDO RAZÕES APONTADAS, EM CURITIBA-1984 (Em %)

| RAZÃO | TIPOS DE COMÉRCIO | | | | | | | |
|-----------------------------|-------------------|-------|---------|---------|--------------|-----------|------------------------|-----------------|
| | Supermercado | Feira | Açougue | Armazém | Panificadora | Mercearia | Cooperativa de Consumo | Varejão/Sacolão |
| Preço Elevado | 12,50 | 9,42 | 32,48 | 69,77 | 7,50 | 72,57 | 0,68 | - |
| Distância | 37,50 | 73,19 | 19,66 | 23,26 | 21,67 | 16,81 | 37,41 | 74,63 |
| Não Tem Crédito | 25,00 | - | 1,71 | 3,88 | 0,83 | 7,08 | 0,68 | 0,75 |
| Sem Condições Financeiras | 12,50 | 11,59 | 5,13 | - | 0,83 | - | 0,68 | 5,22 |
| Produção Própria | - | - | - | - | 58,33 | - | - | - |
| Não Opera com Vendas Miúdas | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Outras | 12,50 | 8,70 | 43,59 | 6,20 | 15,00 | 5,31 | 61,22 | 20,90 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

Para o armazém e mercearia, a principal razão da não-compra é o preço elevado, 69,77% e 72,57%, respectivamente; para o açougue, essa mesma razão perde importância, 32,48%.

Quanto à panificadora, tem-se a fabricação própria de pão como determinante da não-procura pela população desse estrato.

O sacolão e varejão não são procurados pelos habitantes da área carente em razão da distância do domicílio, 74,63%.

Na classe média são praticamente repetidas, com os mesmos valores, as razões mencionadas pela população da área carente para justificar sua compra em supermercados, ou seja, 54,17% para preço baixo e 47,92% para proximidade do domicílio (tabela 28). Agrega-se a isso o hábito de compra, com representação maior que nos outros estratos, 13,54%.

TABELA 28 - TIPOS DE COMÉRCIO PROCURADOS PELA POPULAÇÃO DO ESTRATO CLASSE MÉDIA, SEGUNDO RAZÕES APONTADAS, EM CURITIBA-1984 (Em %)

| RAZÃO | TIPOS DE COMÉRCIO | | | | | | | |
|------------------------|-------------------|-------|---------|---------|--------------|-----------|------------------------|-----------------|
| | Supermercado | Feira | Açougue | Armazém | Panificadora | Mercearia | Cooperativa de Consumo | Varejão/Sacolão |
| Preço Baixo | 54,17 | 25,00 | 17,65 | - | - | - | 66,67 | 66,67 |
| Proximidade | 47,92 | 25,00 | 55,88 | 66,67 | 80,77 | 90,00 | - | 16,67 |
| Crédito | 2,08 | - | - | - | 1,92 | - | 33,33 | - |
| Trajeto Rotineiro | 2,08 | 6,25 | 8,82 | - | 11,54 | - | - | - |
| Hábito de Compra | 13,54 | 25,00 | 5,88 | 11,11 | 5,77 | - | - | - |
| Proprietário Conhecido | 2,08 | - | 11,76 | 44,44 | 3,85 | 10,00 | - | - |
| Venda Miúda | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Outras | 14,58 | 56,25 | 32,35 | - | 9,62 | 10,00 | - | 16,67 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

Uma particularidade das razões apontadas nesse estrato é estender o aspecto proximidade do domicílio ao armazém, mercearia, panificadora e açougue. Ainda, o preço baixo não é mencionado como forte razão de compra nesses equipamentos.

Os escassos 16% da freguesia das feiras assinala, na mesma proporção, preço baixo, proximidade do domicílio e hábito de compra como razões de procura por esse equipamento.

Quanto ao sacolão e varejão, dois terços dos frequentadores apontam o baixo preço como razão primeira de compra nesses equipamentos.

Para esse estrato, repetem-se as razões de não-compra apontadas pelos entrevistados da área carente. No que se refere ao armazém e mercearia, impera a opinião de comércios de altos preços. A mesma opinião é assinalada para o açougue, porém, com menor frequência, 25,76% (tabela 29).

TABELA 29 - TIPOS DE COMÉRCIO NÃO-PROCURADOS PELA POPULAÇÃO DO ESTRATO CLASSE MÉDIA, SEGUNDO RAZÕES APONTADAS, EM CURITIBA-1984

| RAZÃO | TIPOS DE COMÉRCIO | | | | | | | |
|-----------------------------|-------------------|-------|---------|---------|--------------|-----------|------------------------|-----------------|
| | Supermercado | Feira | Açougue | Armazém | Panificadora | Mercearia | Cooperativa de Consumo | Varejão/Sacolão |
| Preço Elevado | 25,00 | 17,86 | 25,76 | 79,12 | 8,33 | 87,78 | 2,06 | 4,26 |
| Distância | - | 51,19 | 12,12 | 10,99 | 14,58 | 7,78 | 52,58 | 70,21 |
| Não tem Crédito | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Sem Condições Financeiras | - | 1,19 | 1,52 | - | - | - | - | 1,06 |
| Produção Própria | - | 1,19 | - | - | 45,83 | - | - | - |
| Não Opera com Vendas Miúdas | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Outras | 75,00 | 34,52 | 62,12 | 10,99 | 33,33 | 5,56 | 49,48 | 25,53 |

FOHTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

Note-se que, semelhante ao comportamento na área carente, a produção própria de pão nesse estrato também é significativa, 45,83%.

O grupo de classe média que não recorre às feiras (84,0% do total pesquisado) apontou, em 51,19% dos casos, a distância do domicílio e, em 17,86%, o preço elevado como razões para a não-compra nesse equipamento.

Quanto ao sacolão e varejão, insistiu-se na razão distância do domicílio, 70,21%, para justificar a não-procura por esse tipo de comércio.

Para os três segmentos populacionais pesquisados, observa-se que as razões de não-compra nas cooperativas de consumo incidem, principalmente, nos itens distância do domicílio e outros. O elevado percentual desse último item se refere, basicamente, à falta de conhecimento da existência desse equipamento.

4.8 FORMAS DE PAGAMENTO

Objetivou-se, através dessa variável, conhecer as políticas de crédito dos diferentes equipamentos e identificar os

comportamentos motivados pela postergação do pagamento das compras, nos três estratos pesquisados.

Os dados da tabela 30 dão uma idéia das formas de pagamento mais utilizadas pela população dos estratos estudados, em relação aos diversos tipos de equipamentos.

Observa-se pelos dados da tabela 30, que o supermercado opera praticamente sem crédito, representando apenas 7% para a população da área carente, em cartão e outros e caderneta.

O armazém, por sua vez, é o comércio que oferece mais crédito a seus fregueses de favela e área carente. Para a classe média, não há registro dessa situação. Note-se que, se relacionada essa forma de pagamento - caderneta - à opinião generalizada sobre a existência de altos preços nos armazéns, pode-se dizer que o crédito é utilizado pelo comerciante como elemento de promoção de venda, tendo em conta a comprometida condição financeira dos estratos de mais baixa renda.

Na favela, 13,5% dos compradores em armazéns utilizam o crédito e na área carente esse percentual é de 35%. Quanto à mercearia, a situação é semelhante.

A feiras não oferecem o sistema de crédito e as panificadoras apresentam poucos casos de postergação de pagamento, o mesmo ocorrendo em relação ao açougue.

4.9 VOLUME E GASTO TOTAL

Apresentam-se aqui os volumes comprados e o gasto total com os 32 produtos pesquisados dos estratos favela e área carente, cujas populações são objeto deste estudo.

Convém assinalar mais uma vez que produtos de alto valor unitário, como bebidas alcólicas e refrigerantes, frutas

TABELA 30 - FORMAS DE PAGAMENTO DA POPULAÇÃO DOS TRÊS ESTRATOS PESQUISADOS, SEGUNDO LOCAL DE COMPRA, EM CURITIBA-1984
(Em %)

| LOCAL DE COMPRA | FORMAS DE PAGAMENTO | | | | | | | | |
|------------------------|---------------------|-----------|----------------------------|--------------|-----------|----------------------------|--------------|-----------|----------------------------|
| | Favela | | | Área Carente | | | Classe Média | | |
| | À Vista | Caderneta | Cartão de Crédito e Outros | À Vista | Caderneta | Cartão de Crédito e Outros | À vista | Caderneta | Cartão de Crédito e Outros |
| Supermercado | 96,9 | 2,3 | 0,8 | 93,0 | 3,5 | 3,5 | 96,9 | 2,1 | 1,0 |
| Feira | 100,0 | - | - | 100,0 | - | - | 100,0 | - | - |
| Acougue | 93,2 | 3,4 | 3,4 | 96,9 | - | 3,1 | 100,0 | - | - |
| Armazém | 86,5 | 11,6 | 1,9 | 65,0 | 25,0 | 10,0 | 100,0 | - | - |
| Panificadora | 100,0 | - | - | 96,4 | - | 3,6 | 98,0 | 2,0 | - |
| Mercearia | 90,9 | 6,8 | 2,2 | 89,2 | 10,8 | - | 100,0 | - | - |
| Vendedor Ambulante | 95,2 | 4,8 | - | 88,0 | 8,0 | 4,0 | 88,9 | 11,1 | - |
| Cooperativa de Consumo | 50,0 | 50,0 | - | 100,0 | - | - | 66,7 | - | 33,3 |
| Varejão/Sacolão | 100,0 | - | - | 100,0 | - | - | 100,0 | - | - |
| Não-especificado | 100,0 | - | - | 100,0 | - | - | - | - | - |
| Atacado | - | - | - | - | - | 100,0 | 100,0 | - | - |
| Outros | 100,0 | - | - | 100,0 | - | - | 88,9 | - | 11,1 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

e hortaliças e alimentos enlatados diversos, não foram contemplados no levantamento realizado. Isso faz com que o gasto total com alimentação esteja subestimado.

A partir dos dados sobre volume mensal comprado e valor de cada produto, per capita, e com base no número total de habitantes da favela,* obteve-se o resultado global apresentado na tabela 31.

Observa-se, então, que o volume total comprado mensalmente pela população do estrato favela é de 1 193,7 toneladas e o valor correspondente de Cr\$ 684,7 milhões. Cabe ressaltar que nesse total a participação do arroz é de 15,5%, equivalendo a um gasto de Cr\$ 106,1 milhões, seguida dos derivados de trigo e óleos e gorduras derivados de soja, com participação equivalente de 10,7%, o que corresponde a um valor de Cr\$ 73,5 milhões.

Quando a área carente, por não ser possível o acesso a informações seguras sobre o número de habitantes pertencentes a esse estrato, optou-se por agregar os valores correspondentes a esse item em informe que será posteriormente publicado pelo Projeto.

4.9.1 Compra e Gasto Segundo Tipo de Comércio Varejista

Como já se mencionou, solicitou-se ao entrevistado o local onde realizava a compra de cada um dos 32 produtos investigados. Essa informação, associada aos dados de volume comprado, permitiu a estruturação de um fluxo de cada produto e do total dos 32, do varejo ao consumidor.

*Segundo estudo realizado pelo IPPUC, o número de habitantes do estrato favela é de aproximadamente 54 321 pessoas.

TABELA 31 - COMPRAS MENSAIS PER CAPITA E COMPRAS TOTAIS DO ESTRATO FAVELA, EM VOLUME E VALOR, SEGUNDO OS 32 PRODUTOS, EM CURITIBA-1984

| PRODUTO | COMPRA PER CAPITA | | COMPRA TOTAL | |
|-------------------------|-------------------|--------|--------------|---------|
| | Volume (kg) | Valor* | Volume (t) | Valor** |
| Arroz | 3,668 | 1 953 | 199,3 | 106,1 |
| Feijão | 1,761 | 1 090 | 95,7 | 59,2 |
| Macarrão | 0,785 | 522 | 42,6 | 28,3 |
| Pão | 0,618 | 376 | 33,6 | 20,4 |
| Farinha de Trigo | 1,873 | 455 | 101,7 | 24,7 |
| Farinha de Mandioca | 0,321 | 147 | 17,4 | 8,0 |
| Farinha de Milho | 0,365 | 167 | 19,8 | 9,1 |
| Fubã de Milho | 0,408 | 191 | 22,2 | 10,4 |
| Açúcar | 2,846 | 866 | 154,6 | 47,0 |
| Ovos | 0,213 | 310 | 11,6 | 16,8 |
| Leite Pasteurizado | 1,442 | 360 | 78,3 | 19,6 |
| Leite em Pó | 0,109 | 143 | 5,9 | 7,8 |
| Óleo de Soja | 0,832 | 1 002 | 45,2 | 54,4 |
| Óleo - Outros | - | - | - | - |
| Margarina | 0,191 | 352 | 10,4 | 19,1 |
| Carne Bovina c/ Osso | 0,286 | 534 | 15,5 | 29,0 |
| Carne Bovina s/ Osso | 0,030 | 96 | 1,6 | 5,2 |
| Frango Inteiro | 0,306 | 443 | 16,6 | 24,1 |
| Frango em Pedacos 1 | 0,328 | 474 | 17,8 | 25,7 |
| Frango em Pedacos 2 | 0,015 | 21 | 0,8 | 1,1 |
| Miúdos de Frango | 0,065 | 92 | 3,5 | 5,0 |
| Embutidos | 0,139 | 354 | 7,6 | 19,2 |
| Entalutados | 0,009 | 3 | 0,5 | 0,2 |
| Tomate (in natura) | 0,968 | 246 | 52,6 | 13,4 |
| Massa de Tomate | 0,112 | 182 | 6,1 | 9,9 |
| Batata | 1,471 | 452 | 79,9 | 24,6 |
| Cebola | 0,476 | 134 | 25,9 | 7,3 |
| Laranja | 0,533 | 177 | 29,0 | 9,6 |
| Banana | 1,446 | 475 | 78,6 | 25,8 |
| Café | 0,313 | 741 | 17,0 | 40,3 |
| Cevada | 0,012 | 12 | 0,7 | 0,7 |
| Mate/Infusões | 0,032 | 234 | 1,7 | 12,7 |
| TOTAL | 21,973 | 12 604 | 1 193,7 | 684,7 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

*Em Cr\$ mil, a preços de Fev/1984

**Em Cr\$ milhões, a preços de Fev/1984

Observa-se, pelos dados da tabela 32, que do total de 1 193,7 toneladas compradas mensalmente, o supermercado distribuiu 789,1 toneladas, que representam 66,1%. Em ordem de importância em volume aparece o armazém, com 144,3 toneladas, ou seja, 12,1%, seguido da mercearia, com 103,4 toneladas, que representam 8,7%.

Observando-se os produtos comprados pelo morador da favela, em armazéns e mercearias, é possível verificar que existe total semelhança em termos de gêneros adquiridos, podendo-se supor que não há diferença, pelo menos na prática, entre ambos os equipamentos comerciais. Esse ponto será melhor esclarecido em pesquisa a ser realizada pelo Projeto sobre os comércios varejistas.

Note-se que o vendedor ambulante ocupa a terceira posição como abastecedor de produtos alimentícios na favela, concentrando suas vendas em frutas e hortaliças, mas oferecendo também aves e ovos, num total de 56,9 toneladas, que representam 4,8% do montante global.

A feira, por sua vez, vendendo exclusivamente frutas e verduras, ocupa o penúltimo lugar, com somente 6,4 toneladas mensais. Já, o varejão vende cerca de 22 toneladas dos mesmos produtos e o sacolão, 5,8 toneladas. A baixa quantidade vendida por esse último equipamento é explicada pelo seu recente surgimento e pelo pequeno número de unidades na cidade.

Os dados da tabela 33 correspondem ao valor da compra mensal da favela, distribuído pelos tipos de equipamentos comerciais utilizados. Do total de 684,7 milhões gastos mensalmente na favela, para os 32 produtos, os supermercados canalizam Cr\$ 473,2 milhões, que representam 69,1% - participação maior que a

TABELA 32 - VOLUME TOTAL DAS COMPRAS DO ESTRATO FAVELA, POR TIPOS DE COMÉRCIO, SEGUNDO OS 32 PRODUTOS PESQUISADOS, EM CURITIBA-1984

(Em toneladas)

| PRODUTO | VOLUME TOTAL | SUPER MERCADO | FEIRA | AÇOUGUE | ARMAZÉM | PADARIA | MERCEARIA | VENDEDOR AMBULANTE | COOPERATIVA CONSUMO | VAREJÃO | SACOLÃO | NÃO-ESPECIFICADO | OUTROS |
|---------------------|--------------|---------------|-------|---------|---------|---------|-----------|--------------------|---------------------|---------|---------|------------------|--------|
| Arroz | 199,3 | 159,7 | - | - | 25,5 | - | 11,5 | - | 2,6 | - | - | - | - |
| Feijão | 95,7 | 77,1 | - | - | 12,3 | - | 5,0 | - | 0,6 | - | - | - | - |
| Macarrão | 42,6 | 36,3 | - | - | 3,8 | - | 2,2 | - | 0,3 | - | - | - | 0,7 |
| Pão | 33,6 | 6,6 | - | - | 10,6 | 6,6 | 6,6 | - | - | - | - | - | 3,2 |
| Farinha de Trigo | 101,7 | 85,6 | - | - | 8,5 | - | 6,8 | - | 0,8 | - | - | - | - |
| Farinha de Mandioca | 17,4 | 13,9 | - | - | 2,1 | - | 1,2 | - | 0,2 | - | - | - | - |
| Farinha de Milho | 19,8 | 15,5 | - | - | 3,0 | - | 1,1 | - | 0,2 | - | - | - | - |
| Fubá de Milho | 22,2 | 17,9 | - | - | 2,9 | - | 1,1 | - | 0,3 | - | - | - | - |
| Açúcar | 154,6 | 122,9 | - | - | 20,8 | - | 9,9 | - | 1,0 | - | - | - | - |
| Ovos | 11,6 | 7,0 | - | - | 1,6 | - | 1,5 | 0,4 | - | 0,1 | - | 0,1 | 0,9 |
| Leite Pasteurizado | 78,3 | 22,8 | - | - | 16,9 | 6,9 | 26,7 | - | - | - | - | - | 5,0 |
| Leite em pó | 5,9 | 4,4 | - | - | 0,7 | - | 0,7 | - | 0,1 | - | - | - | - |
| Óleo de Soja | 45,2 | 37,6 | - | - | 4,0 | - | 3,0 | - | 0,6 | - | - | - | - |
| Óleo - Outros | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Margarina | 10,4 | 8,2 | - | - | 0,8 | 0,2 | 1,0 | - | - | - | - | - | 0,2 |
| Carne Bovina c/osso | 15,5 | 10,5 | - | 3,4 | 0,4 | - | 0,8 | - | - | - | - | - | 0,4 |
| Carne Bovina s/osso | 1,6 | 1,1 | - | 0,5 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Frango Inteiro | 16,6 | 10,4 | - | 1,2 | - | 0,3 | 2,0 | 1,0 | - | - | - | - | 1,7 |
| Frango em Pedacos 1 | 17,8 | 9,1 | - | 3,4 | 1,2 | - | 2,9 | - | - | - | - | - | 1,2 |
| Frango em Pedacos 2 | 0,8 | 0,3 | - | 0,4 | 0,1 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Miúdos de Frango | 3,5 | 1,0 | - | 1,2 | 0,5 | - | 0,7 | - | - | - | - | - | 0,1 |
| Embutidos | 7,6 | 3,8 | - | 0,6 | 1,4 | - | 1,6 | - | - | - | - | - | 0,2 |
| Enlatados | 0,5 | 0,3 | - | - | 0,1 | - | 0,1 | - | - | - | - | - | - |
| Tomate (in natura) | 52,6 | 20,8 | 2,3 | 0,4 | 6,0 | - | 3,8 | 10,2 | - | 4,2 | 1,1 | 0,8 | 3,0 |
| Massa de Tomate | 6,1 | 4,7 | - | - | 0,8 | - | 0,3 | 0,1 | 0,1 | - | - | - | 0,1 |
| Batata | 79,9 | 43,2 | 2,3 | - | 7,0 | - | 4,2 | 12,8 | - | 6,4 | 1,7 | 0,6 | 1,7 |
| Cebola | 25,9 | 15,8 | 0,6 | - | 3,0 | - | 1,2 | 2,3 | - | 1,8 | 0,6 | 0,2 | 0,4 |
| Laranja | 29,0 | 11,5 | 0,6 | 0,6 | 1,2 | - | 1,2 | 5,4 | - | 5,4 | 0,7 | 1,2 | 1,2 |
| Banana | 78,6 | 25,2 | 0,6 | 0,6 | 6,9 | - | 5,2 | 24,7 | - | 4,0 | 1,7 | 1,7 | 8,0 |
| Café | 17,0 | 13,9 | - | - | 1,9 | - | 1,0 | - | 0,1 | - | - | - | 0,1 |
| Cevada | 0,7 | 0,6 | - | - | 0,1 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Mate/Infusões | 1,7 | 1,4 | - | - | 0,2 | - | 0,1 | - | - | - | - | - | - |
| TOTAL | 1 193,7 | 789,1 | 6,4 | 12,3 | 144,3 | 14,0 | 103,4 | 56,9 | 6,9 | 21,9 | 5,8 | 4,6 | 28,1 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

TABELA 33 - GASTO TOTAL DO ESTRATO FAVELA, POR TIPOS DE COMÉRCIO, SEGUNDO OS 32 PRODUTOS PESQUISADOS, EM CURITIBA-1984

(Em milhões de Cr\$)

| PRODUTO | TOTAL | SUPER-MERCADO | FEIRA | AÇOUGUE | ARMAZÉM | PADARIA | MERCEARIA | VENDEDOR AMBULANTE | COOPERATIVA CONSUMO | VAREJÃO | SACOLÃO | NÃO-ESPECIFICADO | OUTROS |
|---------------------|-------|---------------|-------|---------|---------|---------|-----------|--------------------|---------------------|---------|---------|------------------|--------|
| Arroz | 106,1 | 85,0 | - | - | 13,6 | - | 6,1 | - | 1,4 | - | - | - | - |
| Feijão | 59,2 | 47,7 | - | - | 7,7 | - | 3,1 | - | 0,4 | - | - | - | 0,4 |
| Macarrão | 28,3 | 24,1 | - | - | 2,5 | - | 1,5 | - | 0,2 | - | - | - | - |
| Pão | 20,4 | 4,0 | - | - | 6,5 | 4,0 | 4,0 | - | - | - | - | - | 1,9 |
| Farinha de Trigo | 24,7 | 20,8 | - | - | 2,1 | - | 1,6 | - | 0,2 | - | - | - | - |
| Farinha de Mandioca | 8,0 | 6,4 | - | - | 1,0 | - | 0,5 | - | 0,1 | - | - | - | - |
| Farinha de Milho | 9,1 | 7,1 | - | - | 1,4 | - | 0,5 | - | 0,1 | - | - | - | - |
| Fubá de Milho | 10,4 | 8,4 | - | - | 1,3 | - | 0,6 | - | 0,1 | - | - | - | - |
| Açúcar | 47,0 | 37,4 | - | - | 6,3 | - | 3,0 | - | 0,3 | - | - | - | - |
| Ovos | 16,8 | 10,2 | - | - | 2,3 | - | 2,1 | 0,5 | - | 0,2 | - | 0,2 | 1,3 |
| Leite Pasteurizado | 19,6 | 5,7 | - | - | 4,3 | 1,7 | 6,7 | - | - | - | - | - | 1,2 |
| Leite em Pó | 7,8 | 5,8 | - | - | 0,9 | - | 0,9 | - | 0,2 | - | - | - | - |
| Óleo de Soja | 54,4 | 45,3 | - | - | 4,8 | - | 3,6 | - | 0,7 | - | - | - | - |
| Óleo - Outros | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Margarina | 19,1 | 15,2 | - | - | 1,5 | 0,3 | 1,8 | - | - | - | - | - | 0,3 |
| Carne Bovina c/osso | 29,0 | 19,6 | - | 6,4 | 0,7 | - | 1,5 | - | - | - | - | - | 0,8 |
| Carne Bovina s/osso | 5,2 | 3,6 | - | 1,6 | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Frango Inteiro | 24,1 | 15,1 | - | 1,8 | - | 0,4 | 2,9 | 1,4 | - | - | - | - | 2,5 |
| Frango em Pedacos 1 | 25,7 | 13,2 | - | 4,9 | 1,7 | - | 4,2 | - | - | - | - | - | 1,7 |
| Frango em Pedacos 2 | 1,1 | 0,4 | - | 0,6 | 0,1 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Miúcos de Frango | 5,0 | 1,4 | - | 1,7 | 0,7 | - | 1,0 | - | - | - | - | - | 0,2 |
| Embutidos | 19,2 | 9,6 | - | 1,6 | 3,6 | - | 4,0 | - | - | - | - | - | 0,4 |
| Enlatados | 0,2 | 0,1 | - | 0,0 | 0,0 | - | 0,0 | - | 0,0 | - | - | - | - |
| Tomate (in natura) | 13,4 | 5,3 | 0,5 | 0,1 | 1,5 | - | 1,0 | 2,6 | - | 1,1 | 0,3 | 0,2 | 0,8 |
| Massa de Tomate | 9,9 | 7,7 | - | - | 1,2 | - | 0,5 | 0,2 | 0,1 | - | - | - | 0,2 |
| Batata | 24,6 | 13,3 | 0,7 | - | 2,2 | - | 1,2 | 4,0 | - | 2,0 | 0,5 | 0,2 | 0,5 |
| Cebola | 7,3 | 4,4 | 0,2 | - | 0,8 | - | 0,4 | 0,6 | - | 0,5 | 0,2 | 0,1 | 0,1 |
| Laranja | 9,6 | 3,8 | 0,2 | 0,2 | 0,4 | - | 0,4 | 1,8 | - | 1,8 | 0,2 | 0,4 | 0,4 |
| Banana | 25,8 | 8,3 | 0,2 | 0,2 | 2,2 | - | 1,7 | 8,1 | - | 1,3 | 0,6 | 0,6 | 2,6 |
| Café | 40,3 | 33,1 | - | - | 4,3 | - | 2,3 | - | 0,3 | - | - | - | 0,3 |
| Cevada | 0,7 | 0,6 | - | - | 0,1 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Mate/Infusões | 12,7 | 10,6 | - | - | 1,0 | - | 0,9 | - | 0,2 | - | - | - | - |
| TOTAL | 684,7 | 473,2 | 1,8 | 19,1 | 76,7 | 6,4 | 58,0 | 19,2 | 4,3 | 6,9 | 1,8 | 1,7 | 15,6 |

FONTE: IPAPDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

do volume, 66,1%.

O armazém aparece em segundo lugar e a mercearia em terceiro, com 11,2% e 8,5%, respectivamente. A feira ocupa o último lugar, com 0,3% (tabela 34).

TABELA 34 - PARTICIPAÇÃO PERCENTUAL DE CADA TIPO DE EQUIPAMENTO, EM VOLUME E VALOR NA FAVELA, EM CURITIBA-1984

| TIPO DE EQUIPAMENTO | VOLUME | VALOR |
|------------------------|--------|-------|
| Supermercado | 66,1 | 69,1 |
| Feira | 0,5 | 0,3 |
| Açougue | 1,0 | 2,8 |
| Armazém | 12,1 | 11,2 |
| Padaria | 1,2 | 0,9 |
| Mercearia | 8,7 | 8,5 |
| Vendedor Ambulante | 4,7 | 2,8 |
| Cooperativa de Consumo | 0,6 | 0,6 |
| Varejão | 1,8 | 1,0 |
| Sacolão | 0,5 | 0,3 |
| Não-especificado | 0,4 | 0,2 |
| Outros | 2,4 | 2,3 |
| TOTAL | 100,0 | 100,0 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

5 RELAÇÃO GASTO COM RENDA FAMILIAR

Objetivando obter uma média do gasto total na compra dos 32 produtos alimentares estudados, estabeleceu-se uma relação desse total com o das rendas familiares.

Deve-se ressaltar ainda que essa relação fica limitada em função da não-inclusão na pesquisa de produtos de alto valor unitário, como bebidas alcóolicas e refrigerantes e alguns produtos industrializados de pequeno consumo, bem como carne de porco e pescados, como já se assinalou anteriormente.

Devido a essa não-inclusão de produtos, o que faz com que o gasto esteja subestimado, não se pode constatar à primeira vista que, na medida em que aumenta o poder aquisitivo das famílias, ocorre uma maior diversificação na estrutura da dieta alimentar.

Os dados da tabela 35 ilustram essa relação.

TABELA 35 - MÉDIA DA RENDA E DO GASTO FAMILIAR MENSAL E RELAÇÃO PERCENTUAL, SEGUNDO ESTRATOS PESQUISADOS, EM CURITIBA-1984

| ESTRATO | RENDA MÉDIA FAMILIAR (A) | GASTO* MÉDIO FAMILIAR (B) | B/A (%) |
|--------------|--------------------------|---------------------------|---------|
| Favela | 99 907 | 67 305 | 67,4 |
| Área Carente | 172 463 | 71 700 | 41,6 |
| Classe Média | 465 433 | 100 498 | 21,6 |

FONTE: IPARDES - Pesquisa de Campo, Fev/Mar-1984

*Em 32 produtos

Os dados da tabela anterior apresentam a grande participação do gasto com os 32 produtos estudados na renda familiar dos moradores da favela. Poder-se-ia dizer com segurança que os alimentos selecionados constituem a base de sua alimentação diária e ainda que o compromisso da renda com a dieta pode chegar a 80%, se se considerarem os gastos com os produtos não contemplados na pesquisa e com as refeições realizadas fora de casa.

Para a área carente, o peso de 41,6% dos 32 produtos pode ser entendido como baixo, e talvez coubesse considerar a diversidade no consumo de alimentos. Pode-se dizer também que a participação dos produtos estudados não tem valor de importância para a classe média.