



INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL

**ABASTECIMENTO ALIMENTAR BÁSICO:  
FORMAS E FONTES DE SUPRIMENTO  
RESULTADOS FINAIS**

**CONVÊNIO**

**PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA  
O DESENVOLVIMENTO - PNUD  
ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PA-  
RA A AGRICULTURA E ALIMENTAÇÃO -  
FAO  
PROJETO CONSOLIDAÇÃO E EXPANSÃO  
DA AGRICULTURA DE ALIMENTOS NO  
PARANÁ (BRA/82/017)**

**CURITIBA**

**JULHO/1985**

I59a IPARDES-Fundação Edison Vieira  
Abastecimento alimentar básico: formas e  
fontes de suprimento; resultados finais.  
Curitiba, 1985.

65f.

Convênio IPARDES/FAO/BRA/82/017

1.Abastecimento de alimentos. 2.Alimento-  
Comércio varejista-Curitiba. 3.Comerciali-  
zação-Alimento-Curitiba. I.Título.

CDU 339.6:641 (816.21)

### **IPARDES-Fundação Edison Vieira**

CARLOS ARTUR KRUGER PASSOS - *Diretor-Presidente*

CECÍLIA MARIA VIEIRA HELM - *Secretário Geral*

MARIANO DE MATOS MACEDO - *Coordenador Técnico*

### **PROJETO CONSOLIDAÇÃO E EXPANSÃO DA AGRICULTURA DE ALIMENTOS NO PARANÁ (BRA/82/017)**

ANTONIO HECTOR GILES - *Assessor Técnico Internacional*

ELVINA MARIA SOARES CHAVES - *Coordenadora Técnica Nacional*

### **EQUIPE TÉCNICA**

Carlos Frederico de Camargo Fayet (*economista*), Gracia Maria Viecelli Besen (*socióloga*) - *Coordenadora*, Marina Maruyana Mori (*economista*), Paulo Wavruk (*economista*)

Luis J. Chiodo Juve - *Consultor Internacional em Comercialização  
Final de Produtos Agropecuários - FAO*

### **APOIO TÉCNICO OPERACIONAL**

Luiza de Fátima Pilati M. Lourenço (*normalização bibliográfica*).

Antônia Schwinden (*editoração*), Noemi H. B. de Perdigão (*revisão*), Norma Consuelo dos Santos (*datilografia*), Iara Regina Teixeira (*desenho*)

## SUMÁRIO

LISTA DE TABELAS.....	v.
APRESENTAÇÃO.....	vii
INTRODUÇÃO.....	1
1 PANORAMA GERAL DAS TRANSFORMAÇÕES CONTEMPORÂNEAS NO SISTEMA DE ABASTECIMENTO ALIMENTAR URBANO.....	4
2 CARACTERIZAÇÃO DOS ELEMENTOS COMERCIAIS VAREJISTAS DE ALIMENTOS EM CURITIBA.....	18
3 EQUIPAMENTOS COMERCIAIS DA POPULAÇÃO DE BAIXA RENDA....	25
3.1 CARACTERÍSTICAS.....	29
3.1.1 Superfície.....	29
3.1.2 Idade e Posse do Imóvel.....	30
3.1.3 Empregados, Horário de Atendimento e Caixas de Saída.....	32
3.1.4 Clientela e Serviços aos Clientes.....	34
3.1.5 Concorrência e Evolução das Vendas.....	35
3.2 VENDA DE PRODUTOS.....	38
3.2.1 Fornecimentos de Produtos.....	39
4 CONCLUSÕES ESPECÍFICAS SOBRE A PESQUISA DO SISTEMA DE COMERCIALIZAÇÃO VAREJISTA E DA COMPRA DE ALIMEN- TOS EM CURITIBA PELA POPULAÇÃO DE BAIXA RENDA.....	45
4.1 O SISTEMA DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS EM CURI- TIBA.....	45
4.2 SISTEMA DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS DAS POPU- LAÇÕES DE BAIXA RENDA.....	47

4.3. A COMPRA DE ALIMENTOS DA POPULAÇÃO DE BAIXA RENDA:	
PRODUTOS E LOCAL DE COMPRA.....	51
5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES GERAIS DO PROGRAMA DE	
ESTUDOS.....	55
ANEXO 1 - TABELAS COMPLEMENTARES.....	61
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	65

## LISTA DE TABELAS

1 - Perdas e ganhos nas rendas reais, da população economicamente ativa, no Brasil, 1960-80.....	6
2 - Rendimentos médio mensal familiar, segundo salário mínimo, em números absoluto e percentual, no Brasil - 1980.....	6
3 - Disponibilidade interna em calorias e gramas de proteínas por habitante/dia, dos produtos de origem vegetal e animal, no Brasil - 1956-79.....	8
4 - Taxas de crescimento da disponibilidade interna (calorias e proteínas) de produtos domésticos alimentares, no Brasil - 1940-79.....	9
5 - Quantidade média per capita de alimentos, por volume e valor, recomendada e obtida, segundo os estratos favela, área carente e classe média, em Curitiba - 1984.....	16
6 - Local de compra por estratos, segundo tipo de equipamento, em Curitiba - 1984.....	25
7 - Participação das compras mensais per capita, em volume e valor, por estratos, segundo tipo de equipamento, em Curitiba - 1984.....	26
8 - Compra mensal per capita do estrato favela, por tipo de comércio, segundo grupo de produtos, em Curitiba - 1984.....	27
9 - Compra mensal per capita do estrato área carente por tipo de comércio, segundo grupo de produtos, em Curitiba - 1984.....	27
10 - Unidades varejistas, em números absoluto e percentual, segundo disponibilidade e utilização de área, em Curitiba - 1984.....	29
11 - Unidades varejistas, em números absoluto e percentual, segundo idade e posse do imóvel, em Curitiba - 1984.....	31

12 - Unidades varejistas, em números absoluto e percentual, segundo número de empregados, horas de atendimento e caixas de saída, em Curitiba - 1984.....	32
13 - Unidades varejistas, em números absoluto e percentual, segundo clientela e serviços a clientes, em Curitiba - 1984.....	34
14 - Unidades varejistas, segundo principal concorrente, em Curitiba - 1984.....	36
15 - Unidades varejistas, segundo comportamento das vendas nos últimos dois anos, em Curitiba - 1984.....	37
16 - Unidades varejista, segundo razões que limitam a obtenção de maiores lucros, em Curitiba - 1984.....	37
17 - Unidades varejistas, por compra média mensal e tipo de equipamento, segundo alguns produtos alimentícios, em Curitiba - 1984.....	38
18 - Unidades varejistas, por tipo de fornecimento e fornecedores, segundo tipo de equipamento e alguns produtos hortifrutigranjeiros, em Curitiba - 1984.....	40
19 - Unidades varejistas, por tipo de fornecimento e fornecedores, segundo tipo de equipamento e alguns produtos alimentícios, em Curitiba - 1984.....	42
20 - Local de compra de alguns produtos hortifrutigranjeiros, segundo tipo de equipamento, em Curitiba - 1984.....	43
21 - Local de compra de alguns produtos alimentícios, segundo tipo de equipamento, em Curitiba - 1984.....	44

## APRESENTAÇÃO

O subprojeto Abastecimento alimentar básico - formas e fontes de suprimento, inserido no projeto Consolidação e expansão da agricultura de alimentos no Paraná, convênio IPARDES-FAO/BRA 82/017, desenvolveu no seu Programa de Estudos três etapas das quais resultaram relatórios específicos a cada uma delas.

Este documento procura analisar, sintetizar e aglutinar os resultados dessas etapas, cujo tratamento, até então, tinha se dado de maneira parcial. Intentou, ainda, introduzir variáveis que extrapolaram os resultados das pesquisas para possibilitar uma visão mais abrangente da problemática do abastecimento alimentar urbano.

## INTRODUÇÃO

Ao se definir o Programa de Estudos, constatou-se a falta de informações disponíveis acerca do sistema varejista de distribuição de alimentos, que pudessem servir como ponto de partida para os estudos programados. Além disso, pesquisas realizadas por instituições de outros estados apontavam o supermercado como o principal distribuidor de alimentos do sistema.

Nesse sentido, dada a necessidade do conhecimento do sistema varejista de Curitiba, que, de acordo com as informações existentes, era classificado de forma muito agregada e pouco explicativa (supermercados e varejo), optou-se por um levantamento - principalmente no que se refere aos supermercados - do setor ao qual pertence esse tipo de equipamento. Foi realizado em dezembro de 1983, originando um relatório,<sup>1</sup> no qual se encontram informações a respeito da infra-estrutura física, indicadores de operação e uma tipificação do setor. Isso constituiu a primeira fase da pesquisa.

A segunda etapa - pesquisa sobre o comportamento de compra do consumidor de Curitiba<sup>2</sup> - foi realizada no período de fevereiro/março de 1984, e teve por objetivos, do ponto de vista

<sup>1</sup>IPARDES - FUNDAÇÃO ÉDISON VIEIRA. Os supermercados da cidade de Curitiba: tipificação, infra-estrutura e operação. Curitiba, 1984. 31 f.

<sup>2</sup>IPARDES - FUNDAÇÃO ÉDISON VIEIRA. A compra de alimentos em Curitiba pela população de baixa renda. Curitiba, 1984. 56 f.

quantitativo, ponderar a importância relativa dos produtos consumidos e dos diferentes canais distribuidores, e obter uma qualificação dos distintos equipamentos do aparato comercial da cidade, visando conhecer o comportamento do consumidor.

Nesse estudo, contemplou-se principalmente a população de baixa renda, apesar de a análise não ser restrita a esse estrato. Considerou-se população de baixa renda aquela residente em favelas e áreas carentes da cidade, englobando nessa última caracterização as áreas de conjuntos habitacionais padrão COHAB e aquelas com carência e/ou ausência de infra-estrutura básica, definidas pelo IPPUC para o Projeto Comunidade Urbana para Recuperação Acelerada - CURA.

A terceira etapa, baseada nas constatações da etapa anterior, resultou em um diagnóstico dos principais equipamentos do sistema de comercialização varejista de alimentos em Curitiba.<sup>3</sup>

Nesse diagnóstico foram contempladas, além dos dois principais equipamentos (supermercados e armazéns), as feiras-livres, porque, independente de ser um equipamento pouco significativo no abastecimento da população de baixa renda, a participação do Estado na sua promoção e operação justifica uma análise particular.

O supermercado, como já mencionado, foi estudado por ser o equipamento mais importante para o abastecimento de produtos alimentares, para todos os setores populacionais. Os armazéns foram incluídos no estudo por ser o segundo em importância, em-

<sup>3</sup>IPARDES - FUNDAÇÃO EDISON VIEIRA. Relatório descritivo dos resultados de pesquisa dos principais equipamentos do sistema de comercialização varejista de alimentos em Curitiba. Curitiba, 1985.

bora sua participação no abastecimento seja pouco significativa em relação à do supermercado.

Concomitantemente a esse trabalho com os varejistas, realizou-se um levantamento junto ao setor atacadista de alimentos de Curitiba. Embora não se tenha feito a análise desse segmento comercial, deixando-a para etapas posteriores do Programa de Estudos, os resultados obtidos foram utilizados na elaboração dos fluxos comerciais dos produtos comprados mensalmente pela população de baixa renda.

Assim, os resultados desse conjunto de estudos permitiram consolidar um primeiro diagnóstico e a avaliação do sistema de distribuição de alimentos de Curitiba, além de gerar informações básicas que possibilitarão a continuidade dos estudos.

## 1 PANORAMA GERAL DAS TRANSFORMAÇÕES CONTEMPORÂNEAS NOS SISTEMAS DE ABASTECIMENTO ALIMENTAR URBANO

Para que uma população possa satisfazer adequadamente suas necessidades nutricionais, três fatores básicos deverão ser levados em conta simultaneamente: o primeiro diz respeito à disponibilidade de alimentos para a população em geral; o segundo, à fluência na circulação dos produtos; e o terceiro, à necessária disponibilidade de recursos para aquisição desses produtos.

A harmonia entre esses condicionantes propiciaria à população a satisfação de uma de suas necessidades mais básicas, a de alimentar-se bem e regularmente, e, ao Estado, o cumprimento de uma de suas atribuições - a segurança alimentar da população.

Entretanto, essa não tem sido a realidade do abastecimento alimentar no Brasil, pois a inexistência, até hoje, de um posicionamento político explícito para o abastecimento alimentar interno tem provocado, do lado da oferta, uma estagnação nas disponibilidades internas de alimentos e, do lado do consumo, apenas atuações marginais. Todavia, foi no tocante à comercialização que a atuação do Estado se deu de forma mais incisiva. A partir da década de 60, a modernização do aparato comercial foi a tônica da ação. É reconhecido que essa modernização, foi, em determinados momentos, necessária, dado o incremento populacional dos centros urbanos em expansão, mas

importa esclarecer que não foi suficiente para garantir o abastecimento alimentar de toda a população, haja vista que a demanda solvável por alimentos tem-se reduzido abruptamente nesse mesmo período.

Essa redução deriva do modelo de desenvolvimento econômico brasileiro adotado nas últimas décadas, que teve como consequência mais recente um processo recessivo expresso, entre outros aspectos, pela elevada taxa de desemprego e pela constante corrosão do poder de compra dos salários.

No que diz respeito ao desemprego, a nível nacional, indicadores sobre desocupação apontam, para agosto de 1985, uma taxa de 22,15% da População Economicamente Ativa - PEA -, o que equivale em números absolutos a aproximadamente 1,2 milhões de pessoas desocupadas ou subocupadas. Isso significa dizer que de cada quatro brasileiros que desejam trabalhar, pelo menos um não encontra qualquer tipo de trabalho.<sup>4</sup>

Com relação ao quadro de distribuição de renda no país, o modelo de desenvolvimento econômico vigente tem gerado, nas últimas décadas, um grave processo de concentração, uma vez que no período 1960-80, do total da PEA, apenas 10% apresentou ganho real de renda, e os 90% restantes, variações negativas (tabela 1).

<sup>4</sup>LIMA, Ricardo. Política de emprego no Brasil: avaliação e sugestões. In: IPARDES-FUNDAÇÃO ÉDISON VIEIRA, ed. Emprego urgente. Curitiba, 1984, p.63.

TABELA 1 - PERDAS E GANHOS<sup>1</sup> NAS RENDAS REAIS, DA POPULAÇÃO ECONOMICAMENTE ATIVA, NO BRASIL -- 1960-80 (Em %)

DECIS DA PEA <sup>2</sup>	VARIACÃO <sup>3</sup> DAS RENDAS REAIS <sup>4</sup>		
	1960-70	1970-80	1960-80
-10	-66,3	-45,4	-52,2
-40	-20,8	-13,1	-15,6
+40	-38,9	-14,7	-22,6
+10	+50,7	+21,8	+31,2

FONTE: IBGE, PELIANO, J.C. Aspectos de distribuição da renda no Brasil p.3

<sup>1</sup>Foram adotados os seguintes procedimentos:

- as rendas reais para 1970 e 1980 foram projetadas, caso se mantivesse a mesma relação das médias relativas de 1960;
- foram obtidos os diferenciais absolutos entre as rendas observadas e projetadas;
- foram calculadas as relações entre os diferenciais, especificando os valores que ultrapassaram (+) ou não (-) os projetados.

<sup>2</sup>Exclusive pessoas sem rendimento e sem declaração de rendimento

<sup>3</sup>Valores observados > valores projetados significa ganhos líquidos de renda (+) e, valores observados < valores projetados significa perdas líquidas de renda (-).

<sup>4</sup>Utilizou-se como inflator o IGP-DI.

Ressalte-se, ainda, que o ganho real dos 10% mais ricos foi de 31%, enquanto os 10% mais pobres perderam mais de 50%.

Em se tratando do rendimento médio mensal, para o ano de 1980, 42,5% das famílias encontravam-se na faixa de até dois salários mínimos. Ao agregar-se as famílias que percebiam até 5 salários mínimos de renda média, a taxa se elevou bastante: mais de 75% das famílias estavam concentradas nessas faixas salariais (tabela 2).

TABELA 2 - RENDIMENTO MÉDIO MENSAL FAMILIAR, SEGUNDO SALÁRIO MÍNIMO, EM NÚMEROS ABSOLUTO E PERCENTUAL, NO BRASIL - 1980

SALÁRIO MÍNIMO	NÚMERO DE FAMÍLIAS		
	Abs.	%	Acumulado %
Sem rendimento	510 511	1,9	1,9
atê 2	11 401 694	42,5	44,4
Mais de 2 a 5	8 312 051	31,0	75,4
Mais de 5 a 10	3 852 089	14,4	89,8
Mais de 10 a 20	1 834 560	6,8	96,6
Mais de 20	895 843	3,4	100,0
TOTAL	26 806 748	100,0	-

FONTE: IBGE - Censo Demográfico - 1980

OBS.: Realizou-se uma distribuição "pro rata" para os sem-declaração de rendimento.

Outro agravante dessa situação tem sido o achatamento salarial verificado nos últimos anos. O DIEESE, através de acompanhamento periódico, demonstra que o salário mínimo vigente no ano de 1984, quando comparado ao de 1957, sofreu uma perda real de 58%, aproximadamente (tabela A.1).

Da ótica do abastecimento alimentar, além dessa perda real de salários, que restringiu o poder de compra em geral, verificou-se também um aumento de preços no atacado de gêneros alimentícios, da ordem de 75% acima do Índice Geral de Preços - IGP. Isso significa que o crescimento dos preços dos alimentos tem sido bem maior que a inflação (tabela A.2).

A expressão mais concreta do descompasso entre a perda salarial e o aumento de preços dos alimentos se faz sentir de forma crítica na compra desses produtos, à medida em que a cada dia aumenta a parcela da população excluída da ingestão alimentar adequada e necessária à reprodução digna do e compatível ao ser humano.

No que diz respeito à oferta agrícola, o comportamento dos preços internacionais durante boa parte da década de 70 influenciou para uma drástica alteração na composição da produção agrícola brasileira: expansão dos produtos exportáveis e mau desempenho dos domésticos-alimentares.<sup>5</sup> Essa transformação foi impulsionada e consolidada por uma política agrícola diferenciada para as culturas de exportação.

Logicamente, essa alteração na composição da produção

<sup>5</sup> MELO, Fernando Homem de. O problema alimentar no Brasil: A importância dos desequilíbrios tecnológicos, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1983. 226p. (Coleção Estudos Brasileiros, 65).

gerou alteração ao nível da disponibilidade interna total de alimentos,\* haja vista que desde a segunda metade dos anos 60 a quantidade de calorias e proteínas por habitante/dia encontra-se estagnada, com quedas entre 1967 e 1975 e uma posterior recuperação<sup>6</sup> (tabela 3).

TABELA 3 - DISPONIBILIDADE INTERNA EM CALORIAS E GRAMAS DE PROTEÍNAS, POR HABITANTE/DIA, DOS PRODUTOS DE ORIGEM VEGETAL\* E ANIMAL,\*\* NO BRASIL - 1956-79

ANO	TOTAL CALÓRICO		TOTAL PROTEÍCO	
	(A <sub>0</sub> )***	(B <sub>0</sub> )****	(A <sub>0</sub> )	(B <sub>0</sub> )
1956	2 619,8	3 633,2	67,96	80,01
1957	2 618,8	3 697,1	68,50	82,14
1958	2 457,1	3 456,8	64,54	76,41
1959	2 571,0	3 610,7	66,22	78,97
1960	2 726,9	3 833,7	70,64	84,88
1961	2 695,9	3 818,8	69,18	83,35
1962	2 813,2	3 979,8	71,15	85,75
1963	2 779,3	3 980,3	71,01	85,70
1964	2 978,7	4 131,0	74,33	86,73
1965	3 148,2	4 485,7	77,00	94,32
1966	2 757,8	3 937,6	71,44	84,96
1967	3 033,4	4 365,0	77,41	94,15
1968	2 946,2	4 205,9	75,13	89,45
1969	2 872,3	4 134,1	73,15	87,70
1970	2 985,7	4 239,2	74,00	88,82
1971	2 968,8	4 241,7	75,74	91,04
1972	2 906,2	4 274,6	74,22	93,14
1973	2 909,5	4 115,3	73,63	89,86
1974	2 900,0	4 101,4	74,31	91,03
1975	2 816,4	3 991,8	71,05	86,32
1976	3 327,8	4 518,3	81,20	96,97
1977	3 075,3	4 294,7	76,86	92,94
1978	3 108,5	4 108,5	80,02	90,65
1979	2 986,2	4 019,2	79,41	90,64

FONTE: MELO, Fernando Homem de. O Problema Alimentar no Brasil. Tabela 16 p.43

\*Para o cálculo, foram considerados os seguintes produtos: arroz, feijão, milho, mandioca, batata, açúcar e trigo

\*\*Para o cálculo, foram considerados os seguintes produtos: leite, ovos, carne bovina, suína e de aves

\*\*\*A<sub>0</sub>: Estão computadas as disponibilidades de produtos de origem vegetal e animal para consumo humano

\*\*\*\*B<sub>0</sub>: A<sub>0</sub> mais disponibilidade bruta de milho e mandioca

\*Para o cálculo da disponibilidade global, foram considerados Produção - Exportação + Importação de dois grupos de produtos: vegetais (arroz, feijão, milho, mandioca, batata, trigo e açúcar) e de origem animal (carne bovina, suína, aves, leite e ovos).

<sup>6</sup>MELO, p.223

Já, para o agregado de produtos domésticos-alimentares formado por arroz, feijão, milho, mandioca e batata, verificou-se uma queda na disponibilidade por habitante. Quando não, observou-se um pequeno acréscimo sempre inferior à taxa geométrica de crescimento da população que foi de 2,88% a.a. para o período 60-70 e de 2,47% a.a. para 70-80 (tabela 4).

TABELA 4 - TAXAS DE CRESCIMENTO DA DISPONIBILIDADE INTERNA (CALORIAS E PROTEÍNAS) DE PRODUTOS DOMÉSTICOS ALIMENTARES, NO BRASIL - 1940-79 (Em %)

PERÍODO	ARROZ	FEIJÃO	MILHO <sup>1</sup>	MANDIOCA <sup>2</sup>	BATATA	SUBTOTAL (A <sub>1</sub> )	CALORIAS (B <sub>1</sub> )	SUBTOTAL (A <sub>1</sub> )	PROTEÍNAS (B <sub>1</sub> )
1940-79	1,81	<sup>1</sup> (0,11)	0,66	0,64	1,12	0,91	0,79	0,75	0,71
1940-49	4,31	2,16	(1,59)	4,25	3,65	2,20	1,40	1,65	0,66
1950-59	1,06	<sup>1</sup> (0,01)	<sup>1</sup> 0,50	<sup>1</sup> 0,34	1,59	<sup>1</sup> 0,55	<sup>1</sup> 0,50	<sup>1</sup> 0,54	<sup>1</sup> 0,48
1960-69	<sup>1</sup> (0,12)	<sup>1</sup> 1,03	<sup>1</sup> 0,80	2,98	1,22	1,23	1,42	<sup>1</sup> 0,86	<sup>1</sup> 0,96
1970-79	<sup>1</sup> 0,39	(4,35)	<sup>1</sup> 0,09	(4,67)	<sup>1</sup> 1,11	(1,64)	(1,63)	(1,64)	(1,21)
1967-79	<sup>1</sup> 0,25	(3,82)	<sup>1</sup> 0,35	(4,10)	<sup>1</sup> 0,09	(1,44)	(1,37)	(1,42)	(0,97)

FONTE: MELO, Fernando Homem de. O problema alimentar no Brasil: Tabelas p.25 e 26.

<sup>1</sup>Coefficiente não diferente de zero, ao nível de 5%

<sup>2</sup>São listadas apenas as disponibilidades estimadas para consumo humano.

Apesar de a oferta desses produtos ter apresentado estagnação na sua disponibilidade, o impacto sobre a demanda foi reduzido, pois, embora sejam os de maior participação na dieta alimentar da população de baixa renda, sua aquisição sempre esteve condicionada mais pelo restrito poder de compra desse segmento populacional, do que pela insuficiência de oferta, salvo em situações adversas da produção interna.

Nesse sentido, a estagnação da disponibilidade não tem-se traduzido em colapso ao nível do abastecimento, pois não existe escassez de oferta, mas sim de recursos para aquisição do alimento. Obviamente, a medida que se recomponha o poder de compra dos salários e se incorporem ao mercado de trabalho os desempregados, poder-se-ã ter problemas substanciais ao nível da oferta desses produtos.

Essa parcela da população residente nas cidades dispõe, para satisfazer suas necessidades alimentares, de um sistema de abastecimento que não responde à sua específica situação de comprador de baixa renda: Isso porque esse sistema está estruturado sobre o capital privado sendo basicamente sustentado por ele, e, evoluindo com critério empresarial, não se limita exclusivamente ao atendimento das necessidades básicas da população, no que concerne a produtos alimentares. Desse modo, o empreendimento privado se direciona, para a viabilização de seu investimento, ao atendimento da população que constitui demanda solvente, isto é, o mercado efetivo do sistema de distribuição privado.

Nesse sentido é que se coloca a questão da demanda como um fator que extrapola os problemas de oferta, sem com isso desconsiderar aquelas relacionadas a essa última.

É evidente que a oferta de alimentos sofreu significativas transformações durante as duas últimas décadas, no que diz respeito a produtos existentes no mercado, sua forma de apresentação para o consumo e ao sistema varejista que os comercializa. Também tem ocorrido uma transformação substancial nos hábitos de consumo e de compra dos produtos alimentares.

Essas transformações foram resultado do processo de modernização da agricultura, da agroindústria e do comércio, os quais tenderam a acompanhar a capacidade de compra dos setores urbanos de maior renda, respondendo, em alguns casos, a novos comportamentos e, em outros, promovendo-os.

Simultaneamente a esse processo, a necessidade de ampliar as exportações e melhorar a balança comercial levou à instrumentalização de políticas que afetaram negativamente a produção dos alimentos básicos. Hoje, grandes extensões dedicadas ante-

riormente a agricultura de alimentos são ocupadas por novos produtos de exportação. Em outros casos ainda, produtos com dupla possibilidade de colocação, tais como frutas e carnes, por exemplo, que para ajustar-se a demanda externa apresentam-se para o consumo interno em variedades, preços e com processos exigidos por aqueles mercados, reduzem ainda mais a possibilidade de acesso por parte da população mais pobre.

Assim, ocorreram dois processos simultâneos: um que diminuiu a oferta de alimentos básicos na dieta dos estratos pobres e outro que contribuiu para a marginalização desses mesmos grupos sociais de consumo, via elevação do preço, na maioria dos casos, formado no mercado internacional. Diante disso:

a) em se tratando das transformações na oferta, podem ser assinalados os seguintes pontos:

- i) distanciamento dos núcleos urbanos das áreas produtoras de alimentos. Até relativamente poucos anos atrás, os cinturões verdes das cidades eram importantes fornecedores de hortifrutigranjeiros e lácteos. Com o crescimento das cidades, o produtor, que chegava diretamente ao consumidor, ou deixa de produzir ou se integra em um circuito comercial novo;
- ii) substituição das áreas produtoras de grãos básicos por culturas mais dinâmicas que ocuparam as terras férteis, empurrando os tradicionais produtores de grãos para terras de baixo rendimento. Além disso, alguns produtos que eram fundamentalmente para consumo interno, ao entrarem no mercado internacional, não somente

foram retirados em volumes importantes da oferta interna, como também tiveram de ser incorporados à tecnologia de produção (genética, insumos, etc.) e de pós-colheita (tipificação, seleção, embalagem, conservação, etc.), que afetaram seus custos e preços de maneira significativa. É conveniente assinalar que os preços da oferta interna desses produtos (carnes, laranjas, etc.) passam a acompanhar os internacionais, sempre que estes se apresentam mais elevados que os preços internos.

b) quanto à modernização da agroindústria, pode-se sintetizar os seguintes aspectos:

- i) processamento para a conservação. Após uma primeira etapa na qual a indústria assumiu processos para a pesagem e embalagem dos produtos, despachados a granel ao nível varejista, inicia-se a nível industrial a conservação de alimentos que tem sua última expressão nos alimentos congelados (frutas, hortaliças e carnes);
- ii) substituição do uso dos produtos frescos. A indústria já não processa exclusivamente para abastecer o mercado com um produto no período de entressafra, busca e espera substituí-lo, ofertando ao consumidor a possibilidade de um cômodo estoque e sua aquisição em um local especializado. É o caso do leite em pó, dos hamburgers, dos produtos desidratados, etc.;

- iii) incorporação dos processos culinários. Esta transformação, talvez a mais importante, enquadrar-se na redução das tarefas domésticas na preparação de alimentos. Sopa, caldo, maionese, molhos, purê, café solúvel são algumas das formas pelas quais se expressa essa evolução;
- iv) produtos-guloseimas são aqueles que se inserem mais na categoria de comestíveis em geral, que na de alimentos, em alguns casos substituindo os produtos frescos. Esse é o caso das sobremesas pré-elaboradas utilizadas em lugar das frutas; dos pães para dissolver com água que substituem, com as características de cor e de sabor, os sucos naturais; de preparados de discutível contribuição nutricional para o desjejum da família. Também pode-se acrescentar nesse grupo diversas bebidas, gasosas ou não, com múltiplas apresentações e sabores.

Indubitavelmente, a incorporação ao mercado de muitos desses novos produtos é resultado do marketing empresarial, que criou o que se pode denominar de padrões imitativos de consumo, importante de outros países processamentos desnecessários às condições do mercado brasileiro. Entretanto, ao analisar o processo de industrialização, sob a ótica do consumidor com rendas médias, pode-se dizer que a dona de casa foi estimulada a adotar produtos que oferecem redução e simplificação de suas tarefas, respondendo dessa maneira à necessidade de poupar seu tempo, em função de

seu trabalho fora do lar. Mas isso, não raramente, transforma-a em administradora de um orçamento comprometido não apenas com os produtos básicos, mas com uma série de comestíveis exigidos pela sua família, produtos que mesmo não sendo adequados, do ponto de vista alimentar, face às restrições orçamentárias, respondem à pressão da publicidade e ao efeito demonstração existentes no meio social urbano brasileiro;

c) da modernização do aparato comercial, podem ser assinalados os seguintes pontos:

i) transferência de funções. O setor industrial avançou progressivamente sobre as atividades especificamente comerciais de alimentos, absorvendo suas funções. Primeiro, foi a pesagem e empacotamento, logo, o corte e preparação do produto (frangos, frios, queijos, etc.). Mais adiante, deu marcas aos produtos e até assumiu, através da publicidade, a própria função de venda.

O surgimento do auto-serviço completa esse processo de transferência de funções. Essa forma de venda exige que o comprador localize o produto, faça a seleção entre os diferentes tipos de oferta e os transporte até o caixa;

ii) transformação organizacional. O novo comércio, que surge com a transferência de funções, permite que as vendas por unidade de superfície ou por empregado cheguem a valores impensáveis

para o comércio tradicional de atendimento pessoal. Com uma administração profissionalizada, essa forma de distribuição se converte em uma atividade de capital intensivo.

A nova estrutura comercial tem como cliente principal a classe média, e canaliza sua demanda respondendo a preços mais competitivos e aos serviços que oferece. O supermercado, ao assumir a função atacadista, concede ao consumidor um preço final menor, dado a sua escala de compra, muito embora para determinados produtos sua margem bruta possa ser superior a do varejista tradicional.

O comerciante tradicional não tem condições de competir, pois baixam suas vendas e aumentam seus custos operacionais. Entretanto, esse é o equipamento comercial que os setores pobres têm mais próximo de suas casas.

Resumindo, pode-se dizer que a produção agropecuária, a indústria de alimentos e o comércio desses produtos seguiram a lógica empresarial que, frente a diferentes alternativas de inversão, seleciona aqueles que maximizam a rentabilidade do capital aplicado. Isto é, a industrialização e a incorporação de tecnologias pelos setores agropecuário, industrial e comercial tiveram como sustentação desse processo de modernização a capacidade de pagamento do consumidor dos estratos médios e altos da sociedade, por novos e/ou melhores produtos e serviços.

Como consequência, ao estruturar-se o sistema de abastecimento para outra faixa de demanda, os grupos de menores salários foram marginalizados. As formas como se dão os coincidentes processos de urbanização limitam os setores mais pobres nesse espaço comercial, não lhes oferecendo alternativas para

satisfazer adequadamente suas necessidades nutricionais. Não são "alvo de mercado" nem para produtores e fabricantes de alimentos, nem para o comerciante; acabam dispondo dos elementos, dentro do sistema de distribuição, menos adequados às suas possibilidades de consumo e à sua capacidade de compra.

O caso específico do Paraná, de modo geral, não constitui exceção nos aspectos sócio-econômicos, quando comparados aos nacionais.

Particularmente, no que diz respeito ao abastecimento alimentar a nível local, os resultados da pesquisa A Compra de alimentos em Curitiba pela população de baixa renda, comparativamente ao cardápio de custo mínimo elaborado pelo CODECON, apontam a existência de uma defasagem em termos de volume e valor per capita necessários à dieta alimentar recomendada (tabela 5).

TABELA 5 - QUANTIDADE MÉDIA PER CAPITA DE ALIMENTOS, POR VOLUME E VALOR, RECOMENDADA E OBTIDA, SEGUNDO OS ESTRATOS FAVELA, ÁREA CARENTE E CLASSE MÉDIA, EM CURITIBA - 1984

DISCRIMINAÇÃO	VOLUME* (kg)	VALOR** (Cr\$)
Recomendado <sup>1</sup>	37,8	24 296
Obtido <sup>2</sup>		
Favela	21,9	12 604
Área Carente	26,1	15 486
Classe Média	35,2	23 103

FONTE: <sup>1</sup>CODECON - Cardápio de Custo Mínimo, <sup>2</sup>IPARDES, Pesquisa de Campo, FEV/MAR-1984

\*Para o cálculo do volume per capita foi considerado o volume total para uma família, dividido pelo número de membros dessa família padrão; no caso cinco pessoas

\*\*Para o cálculo do valor do cardápio, foram aplicados os preços médios do Custo de Vida, levantados pelo IPARDES para FEV-1984 sobre a quantidade dos produtos componentes

Assim sendo, a população de menor poder aquisitivo, muito provavelmente, aplica sua renda, à medida em que pode fazê-lo, em produtos que seleciona, procurando ingerir um mínimo quantitativo de alimentos, nem sempre atingindo suas necessidades nutricionais.

## 2 CARACTERIZAÇÃO DOS ELEMENTOS COMERCIAIS VAREJISTAS DE ALIMENTOS EM CURITIBA

Para uma aproximação sistematizada da estrutura varejista de distribuição de alimentos em Curitiba, utilizou-se uma caracterização das unidades comerciais que seguiu uma metodologia já desenvolvida.<sup>7</sup>

Esse primeiro passo se fez necessário para:

- a) conseguir a discriminação de unidades comerciais diferentes, que no Brasil são incluídas dentro de uma denominação comum. É o caso da classificação "supermercado", aplicada tanto ao supermercado isolado de pequenas dimensões e sortimento limitado, como ao estabelecimento pertencente a uma cadeia, com grande superfície e oferecendo não somente alimentos, mas até equipamentos eletrodomésticos;
- b) resumir com uma única denominação comércios que têm as mesmas características físicas, organizacionais e operacionais, mas que recebem nomes distintos. Isso ocorre, por exemplo, com o armazém e a mercearia.

A tipologia utilizada pelas diversas categorias apresentadas permite também uma primeira avaliação da estrutura varejista quanto à situação de concorrência, ao nível de inte-

<sup>7</sup>FAO. Experiencia Latinoamericana en cadenas voluntarias y cadenas cooperativas de comerciantes minoristas de alimentos. Santiago, 1983.

gração vertical e a coordenação horizontal dos elementos atuantes na distribuição de alimentos (quadro 1).

QUADRO 1 - TIPOLOGIA DOS COMÉRCIOS ATACADISTAS DE ALIMENTOS, SEGUNDO MULTIPLICIDADE DE PONTOS DE VENDA E GRAU DE VINCULAÇÃO COM O FORNECEDOR - 1983

PONTOS DE VENDA DO VAREJISTA	GRAU DE VINCULAÇÃO				
	SEM VINCULO	ASSOCIADA		INTEGRADA	
		COM ATACADISTA	COM FABRICANTE	COM ATACADISTA	COM FABRICANTE
Comércio Isolado	Comércio Isolado Independente	Comércio Isolado Membro de uma Cadeia Voluntária Comércio Isolado Membro de uma Cooperativa de Varejistas	Comércio Isolado Concessionário de um Fabricante	Comércio isolado de um Atacadista	Comércio Isolado com Fabricação Própria
Cadeias de Comércio	Cadeia de Auto-Serviço/Supermercados Cadeia de Cooperativa de Consumo	Cadeia Membro de uma Cooperativa de Varejistas	Não existe	Cadeia Varejista Cativeira de um Atacadista	Cadeia Varejista Cativeira de um Fabricante

FORTE: CHIODO, Luis. Análisis del papel de las cadenas voluntarias y de las cadenas cooperativas de comerciantes en la distribución de alimentos en la Argentina

As variáveis utilizadas são:

- a) o grau de vinculação do comércio varejista com o fornecedor dos produtos comercializados;
- b) a quantidade de pontos de venda do varejista.

A vinculação da unidade comercial varejista com outros elementos componentes do sistema de produção-comercialização atacadista de alimentos admite distintas categorias que explicitam o tipo de coordenação e/ou integração das funções de comercialização próprias de cada etapa. Foram estabelecidas três categorias para a variável vinculação do comércio varejista com seu fornecedor:

- a) **sem vinculação** - A unidade varejista não tem relação com seu fornecedor, produtor, fabricante ou atacadista, exceto no referente à função de compra;
- b) **associado** - O comércio varejista e seu fornecedor têm

estabelecida uma relação que combina os interesses de cada parte nos negócios da outra, objetivando melhorar a atividade comercial do conjunto. A relação se formaliza fundamentalmente no compromisso de compra e venda, podendo incluir outros aspectos de modo a realizar a associação. Nessa vinculação não há gerência em comum, no que se refere às unidades empresariais que a compõem, nem fusão de patrimônio, mantendo-se os sócios como pessoas jurídicas distintas;

- c) **integrado** - O fornecedor e o comércio varejista constituem uma única pessoa jurídica, com uma gerência centralizada formando as empresas um só patrimônio.

O vínculo, através de uma relação de associação ou integração, pode ser estabelecido tanto com atacadistas como fabricantes.

A variável quantidade de pontos de venda do varejista, nas duas categorias - comércio isolado e cadeias de comércio -, explicita a presença espacial do comércio em um único ou múltiplos pontos de venda.

A intersecção das categorias correspondentes às duas variáveis determina, para Curitiba, oito cruzamentos que definem outros tantos tipos de comércio atacadista de alimentos (quadro 1):

- a) a categoria "comércio isolado" em sua intersecção com a categoria "sem vínculo" determina o tipo "comércio isolado independente", que escolhe seu fornecedor livremente e utiliza o sistema de venda de balcão ou por auto-serviço.

Esse tipo de operação é uma continuação do comercian-

te tradicional, expressando-se sob diferentes formas: vendedor ambulante, banca em uma feira, ao ar livre ou em um mercado varejista, localizado num centro comercial ou isolado em bairro. Pode oferecer um único produto, uma linha de produtos ou todos os itens alimentícios;

- b) o encontro das categorias "comércio isolado" e ponto de venda varejista "associada com atacadistas", determina o "comércio isolado membro de uma cadeia voluntária"; em Curitiba existe a Rede SOMAR, administrada pela COBAL;
- c) o tipo de comércio que surge de "comércio isolado" e de pontos de venda do varejista "integrada com atacadista" tem sido definido como "comércio isolado de um atacadista". O sacolão é um exemplo desse tipo;
- d) a categoria "comércio isolado" com fabricação própria define o tipo de comércio que aparece associado a produção de alimentos, mantendo esquemas artesanais de elaboração. É o caso dos produtos panificados e massas que, em suas variedades mais valorizadas pelo consumidor, são elaborados e vendidos num mesmo lugar, que é o único ponto de venda, correspondendo ao encontro das categorias "comércio isolado" e ponto de venda a varejo "integrada com fabricante";
- e) as categorias "cadeia de comércio" e "sem vínculo com o fornecedor" definem a cadeia independente. Essas cadeias não têm relação com seus fornecedores, optando pelo tipo mais conveniente à sua operação. Em

Curitiba existem cadeias nacionais, locais e regionais;

- f) cadeia ou rede associada a um atacadista - não se conhece esse tipo de comércio em Curitiba;
- g) as categorias "cadeia de comércio" e "integrada com o atacadista" dão lugar à cadeia varejista cativa de um atacadista. Esse tipo apresenta dois casos expressivos em Curitiba: rede de peixarias e de açougue;
- h) como última categoria, definida por "cadeias de comércios" e pontos de venda a varejo, "integrada com o fabricante", cita-se a cadeia varejista cativa de um fabricante, uma forma de sucursalismo de expressão no Brasil. Fabricantes de chocolates, guloseimas, sorvetes e café têm comércio em quase todo o país. Ainda dentro dessa categoria, em Curitiba, encontrou-se uma rede de distribuição de produtos lácteos e uma de produtos panificados.

Comparando os elementos comerciais que estão operando em Curitiba aos tipos de comércio possíveis (quadro.2), pode-se assinalar a falta de:

- a) cooperativas de comerciantes. Uma forma muito habitual, em outros países, de associação de pequenos varejistas para assumir as compras de maneira conjunta, diretamente a fabricantes e produtores, a partir da sua central de compras e distribuição. A cooperativa também admite a publicidade e promoção dos comerciantes sócios e a utilização de marcas próprias. Não menos importante é a capacitação que a cooperativa pode realizar através de cursos de contabilidade, gestão,

mercado, etc., para um melhor desempenho da função de intermediação;

- b) cadeia de comércios de cooperativas de consumo, que aumentam a penetração da cooperativa, aproximando seus associados e incrementando, simultaneamente, seu poder de negociação frente a seus fornecedores.

QUADRO 2 - TIPOLOGIA DO COMÉRCIO VAREJISTA DE ALIMENTOS, SEGUNDO NÚMERO DE LOJAS (PONTOS DE VENDA) E GRAU DE VINCULAÇÃO COM SEU FORNECEDOR, EM CURITIBA - 1983

PONTOS DE VENDA DO VAREJISTA	GRAU DE VINCULAÇÃO			
	SEM VÍNCULO	ASSOCIADA	INTEGRADA	
		Com Atacadista	Com Atacadista	Com fabricante ou Produtor
COMÉRCIO ISOLADO	Comércio Isolado Independente - Supermercado Isolado - Açougue - Armazém - Banca de Feira-Livre e Mercado Municipal - Mercearia - Padaria - Peixaria - Quitanda - Cooperativa de Consumo - Comércio Ambulante - Varejão	Comércio Isolado Mem- bro de uma Cadeia Voluntária - Estabelecimento Comercial Vin- culado à Rede SOMAR	Comércio Isolado de um Atacadista - Sacolão - Varejo de Atacadista	Comércio Isolado com Fabricação Própria - Panificadora - Varejão
CADEIAS DE COMÉRCIO	Cadeia Independente - Cadeia de Supermercados Nacionais, Estaduais/ Regionais e Locais	Cadeia Associada com um Atacadista - Não Existe	Cadeia Varejista Exclusiva de um Atacadista - Rede de Pei- xarias - Rede de Acou- que	Cadeia Varejista Exclusiva de um Fabricante - Rede de Pani- ficadoras - Rede de Dis- tribuição de Produtos Lác- teos

FGNTE: IPARDES

Também a cadeia voluntária tem uma expressão limitada em Curitiba. De acordo com o estudo da cadeia voluntária SOMAR, administrada pela COBAL, a característica da mesma fica muito longe da operação habitual desse tipo de organização do atacadista e varejista e o nível de competitividade é muito reduzido e sem significação no mercado.

As três formas de organização mencionadas, que respondem no caso da cooperativa e da cadeia voluntária, à necessidade de sobrevivência do atacadista e varejista tradicionais,

frente à expansão das grandes cadeias de supermercados, e na cadeia de cooperativa de consumo a um melhor e mais econômico abastecimento do consumidor, constituem elementos de comercialização que pretendem gerar, no mercado, um nível de concorrência compatível com as margens de intermediação do sistema em seu conjunto.

Também constatou-se em Curitiba uma forma de comercialização que não existe em outros países, cuja criação é brasileira. É o varejão e o sacolão, dois tipos de comércio que surgem da integração do atacadista ou produtor com o ponto de venda do varejista, especializados na venda de frutas e hortaliças. É um rápido canal de distribuição massiva e tem conseguido um impacto importante no aparato de distribuição, como se verá mais adiante.

### 3 EQUIPAMENTOS COMERCIAIS DA POPULAÇÃO DE BAIXA RENDA

O estudo A Compra de alimentos em Curitiba pela população de baixa renda permitiu definir os produtos que integram a dieta básica desses grupos, conhecer os comércios onde compram e quantificar distintas variáveis de seu comportamento como compradores.

No que diz respeito ao comércio que atende às favelas e áreas carentes, os dados da tabela 6 apresentam a situação quanto à clientela de cada tipo de comércio.

TABELA 6 - LOCAL DE COMPRA POR ESTRATOS. SEGUNDO TIPO DE EQUIPAMENTO, EM CURITIBA - 1984 (Em %)

EQUIPAMENTO	FAVELA	ÁREA CARENTE
Supermercado	84,7	94,7
Armazém	64,0	36,7
Vendedor Ambulante	36,0	25,3
Acougue	18,7	20,7
Varejão/Sacolão	12,7	10,0
Padaria	10,7	18,7
Feira-livre	3,3	7,3
Coop. Consumo	1,3	2,0

FONTE: IPARDES, Pesquisa de Campo - FEV/MAR-1984

Para os dois estratos, o supermercado é o comércio com maior clientela, pois 85% das famílias das favelas e 95% das que habitam nas áreas carentes compram nesse tipo de unidade comercial. O armazém é o segundo equipamento em ordem de importância para os estratos estudados, embora com resultados diferentes: quase dois terços dos favelados e 37% das famílias das

áreas carentes frequentam este tipo de comércio.

O vendedor ambulante ocupa o terceiro lugar, com uma clientela de 36% para favela e 25% para as áreas carentes. O açougue possui uma concorrência similar para ambos os estratos, da ordem de 20%.

O varejão e sacolão são procurados de maneira bastante semelhante: por 13% das famílias das favelas e 10% das de áreas carentes.

Com relação às padarias, 19% dos habitantes das áreas carentes e 11% das favelas são clientes desse tipo de estabelecimento comercial.

A feira-livre é o equipamento comercial de venda aberta ao público com menor clientela. Considerando que a cooperativa de consumo está limitada a seus sócios é que se justifica a baixa frequência nesse tipo de comércio.

As informações obtidas no estudo do consumidor sobre os volumes de alimentos comprados em cada tipo de comércio permitem uma maior aproximação quanto à sua importância (tabela 7).

TABELA 7 - PARTICIPAÇÃO DAS COMPRAS MENSAIS PER CAPITA, EM VOLUME E VALOR, POR ESTRATOS, SEGUNDO TIPO DE EQUIPAMENTO, EM CURITIBA - 1984

(Em %)

EQUIPAMENTO	FAVELAS		ÁREAS CARENTES	
	Volume	Valor	Volume	Valor
Supermercados	66,1	69,1	70,7	76,4
Armazém	20,8	19,7	13,2	9,9
Vendedor Ambulante	4,7	2,8	4,2	2,2
Varejão	1,8	1,0	1,3	0,7
Padaria	1,2	0,9	4,0	2,3
Açougue	1,0	2,8	1,7	4,8
Cooperativa/Consumo	0,6	0,6	0,8	0,8
Feira-livre	0,5	0,3	1,6	0,9
Sacolão	0,5	0,3	0,5	0,3
Outros	2,4	2,3	1,9	1,6
Não especificados	0,4	0,2	0,1	0,1
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
TOTAL (Kg e Cr\$*)	22,0	12.604	26,1	15.486

FONTES: IPARDES, Pesquisa de Campo - FEV/MAR-1984

\*Valor e preços de fevereiro de 1984.

Dos valores apresentados, nota-se que o supermercado é o equipamento mais importante na distribuição de alimentos para os habitantes das favelas e áreas carentes de Curitiba, seguido do armazém. O restante dos equipamentos, embora com valores relativamente altos de clientela, em termos de volumes comparados pelos dois estratos analisados, são insignificantes. Para se ter uma definição mais precisa, são apresentados os resultados para grupo de produtos segundo tipo de comércio (tabelas 8 e 9).

TABELA 8 - COMPRA MENSAL PER CAPITA DO ESTRATO FAVELA, POR TIPO DE COMÉRCIO, SEGUNDO GRUPO DE PRODUTOS, EM CURITIBA - 1984

GRUPO DE PRODUTOS	(Em %)											
	COMPRA PER CAPITA MENSAL (Em kg)	SUPER-MERCADO	ARMAZEM	VENDEDOR AMBULANTE	VAREJÃO	PADARIA	ACOUGUE	COOP. CONS.	FEIRA-LIVRE	SACOLÃO	OUTROS	TOTAL
Grãos Farinhas e Massas	9,2	81,4	17,5	-	-	-	-	1,0	-	-	0,1	100,0
Panificados	0,6	19,7	51,3	-	-	19,7	-	-	-	-	9,2	100,0
Frutos, Frutas e Batatas	4,9	43,8	14,9	20,8	8,3	-	0,6	-	2,4	2,2	7,0	100,0
Leite Past.	1,4	29,1	55,7	-	-	8,9	-	-	-	-	6,3	100,0
Ovos	0,2	60,6	26,8	3,3	0,9	-	-	-	-	-	8,4	100,0
Óleos e Gorduras	1,0	82,5	15,7	-	-	0,3	-	1,2	-	-	0,3	100,0
Carnes	1,2	57,1	18,2	1,5	-	0,4	17,0	-	-	-	5,7	100,0
Enlatados	0,1	76,9	18,2	1,7	-	-	-	0,8	-	-	2,5	100,0
Diversos	3,3	79,6	19,6	-	-	-	-	0,7	-	-	0,1	100,0
TOTAL	22,0	66,1	20,7	4,8	1,9	1,2	1,0	0,6	0,5	0,5	2,7	100,0

FONTE: IPARDES, Pesquisa de Campo - FEV/MAR - 1984

TABELA 9 - COMPRA MENSAL PER CAPITA DO ESTRATO ÁREA CARENTE POR TIPO DE COMÉRCIO, SEGUNDO GRUPO DE PRODUTOS, EM CURITIBA - 1984

GRUPO DE PRODUTOS	(Em %)												
	COMPRA PER CAPITA MENSAL (Em kg)	SUPER-MERCADO	ARMAZEM	VENDEDOR AMBULANTE	PADARIA	ACOUGUE	FEIRA-LIVRE	VAREJÃO	COOP. CONS.	SACOLÃO	OUTROS	NÃO ESPEC.	TOTAL
Grãos, Farinhas e Massas	7,4	90,0	8,0	-	-	-	-	-	1,4	-	0,6	-	100,0
Panificados	0,8	36,5	29,7	-	29,7	1,4	-	-	-	-	2,7	-	100,0
Frutos, Frutas e Batata	5,4	51,4	10,0	19,1	-	-	7,4	6,3	0,6	2,5	2,7	-	100,0
Leite Past.	4,5	43,2	33,6	-	17,6	0,8	-	-	-	-	4,0	0,8	100,0
Ovos	0,4	79,6	9,9	4,2	0,7	-	-	-	0,7	0,7	4,2	-	100,0
Óleos e Gorduras	1,3	88,0	8,6	-	-	0,1	0,7	-	1,4	-	1,2	-	100,0
Carnes	2,0	74,6	3,7	0,3	0,1	19,3	0,1	-	0,1	-	1,8	-	100,0
Enlatados	0,2	89,6	7,5	-	-	0,6	-	-	1,2	-	1,1	-	100,0
Diversos	3,4	90,1	7,9	-	0,1	-	-	-	1,3	-	0,6	-	100,0
TOTAL	25,5	70,3	13,4	4,2	4,1	1,7	1,6	1,3	0,8	0,6	1,9	0,1	100,0

FONTE: IPARDES, Pesquisa de Campo - FEV/MAR - 1984

Os grupos de produtos foram integrados segundo seus critérios de comercialização, levando-se em conta a associação que se dá habitualmente no comércio.

No estrato favelas (tabela 8), os produtos não-perecíveis, grãos, farinhas, massas, óleos, gorduras, enlatados e diversos são comprados, em termos de volume, entre 77% e 82,5% nos supermercados. Os armazéns têm importância nos produtos de compra diária, - panificados e leite pasteurizado -, com uma participação superior a 50% do volume comprado.

O fornecimento mais significativo do vendedor ambulante é de frutas e hortaliças (21%) e da panificadora é de pão (20%) e leite pasteurizado (9%).

Embora o açougue seja um equipamento comercial especializado na distribuição de carnes, ele responde por apenas 17% do volume comprado por esse segmento populacional.

As cooperativas de consumo, com participação insignificante no abastecimento da população em estudo, trabalham basicamente com produtos não-perecíveis.

Com relação à população da área carente, os resultados apresentados na tabela 9 são semelhantes aos encontrados para a população favelada. Exceção feita para os equipamentos especializados em hortifrutigranjeiros, em que a participação relativa em feira-livre excede em pouco a do varejão.

O supermercado é o equipamento que ocupa a primeira colocação como distribuidor de alimentos na cidade de Curitiba, para os grupos de produtos estudados.

Verifica-se que apenas para dois grupos de produtos (panificados e leite pasteurizado) os supermercados dividem a distribuição em proporções significativas com outros equipamentos

comerciais: armazém e panificadora.

Essa situação pode estar vinculada ao fato de esses serem produtos de preços controlados, nos quais o consumidor se vale da facilidade de utilização do comércio de proximidade.

### 3.1 CARACTERÍSTICAS

#### 3.1.1 Superfície

Os supermercados pertencentes às cadeias que operam em Curitiba (87 unidades de 28 cadeias) têm, em média, 572m<sup>2</sup> da área dedicada à venda de alimentos. Essa superfície lhes permite oferecer todas as linhas de produtos alimentícios, incluindo variedades, e apresentar uma grande quantidade de marcas. Essa oferta completa e diversificada, por sua vez, potencializa o acesso a todo tipo de consumidor e responde a todas as demandas e orçamentos (tabela 10).

TABELA 10 - UNIDADES VAREJISTAS, EM NÚMEROS ABSOLUTO E PERCENTUAL, SEGUNDO A DISPONIBILIDADE E UTILIZAÇÃO DE ÁREA, EM CURITIBA - 1984

DISPONIBILIDADE E UTILIZAÇÃO	FEIRA	ARMAZÉM	SUPERMERCADOS		
			Isolados	Rede SOMAR	De Cadeia
<b>Área de Venda</b>					
Venda de Alimentos (m <sup>2</sup> )	7,9	40,3	173	163	572
Venda TOTAL (m <sup>2</sup> )	7,9	40,3	256	207	971
Venda de Alimentos/ Venda TOTAL (%)	100,0	100,0	67,4	78,8	58,9
<b>Depósito</b>					
Disponibilidade (%)	6,7	21,7	84,0	78,9	94,3
Superfície Média (m <sup>2</sup> )	-	20	131	80	530
<b>Estacionamento</b>					
Disponibilidade (%)	-	-	63,0	73,7	78,2
Superfície Média (m <sup>2</sup> )	-	-	190	115	1 124

FONTE: IPARDES, Pesquisa de Campo - JUL/NOV-1984

Contudo, é importante destacar que mais de 40% da superfície total (971m<sup>2</sup>, em média), destina-se à venda de outras linhas de produtos que contribuem de maneira significativa para a rentabilidade da cadeia. São também as vendas dessas linhas de produtos não-alimentícios que assumem proporcionalmente uma parte maior dos custos fixos do supermercado, possibilitando, dentro da estratégia de preços, uma redução nos preços dos alimentos.

O supermercado isolado e o da Rede SOMAR dedicam à venda de alimentos 67% e 78% de sua área, respectivamente. Esse último, em particular, tem características mais semelhantes aos armazéns quanto à especialização em alimentos.

O supermercado isolado é maior que o ligado à Rede SOMAR, tanto em superfície total como em área de depósito e estacionamento. Dos supermercados de cadeias, 78% têm estacionamento com uma superfície média de 1 124m<sup>2</sup> (em geral os da zona central não dispõem dessa facilidade), beneficiando os consumidores que possuem veículo próprio, sobretudo a classe média.

Os armazéns, localizados nas áreas pobres da cidade, dispõem de uma superfície reduzida (40m<sup>2</sup>) para venda de alimentos e só 21% contam com depósitos.

### 3.1.2 Idade e Posse do Imóvel

A idade média dos elementos comerciais em estudo é baixa, com exceção da feira-livre que tem, em média, dez anos (tabela 11).

TABELA 11 - UNIDADES VAREJISTAS, EM NÚMEROS ABSOLUTO E PERCENTUAL, SEGUNDO IDADE E POSSE DO IMÓVEL, EM CURITIBA - 1984

IDADE E POSSE DO IMÓVEL	FEIRA	ARMAZÉM	SUPERMERCADOS		
			Isolados	Rede Somar	De Cadeia
Idade Média (anos)	9,7*	5,8*	7,7	6,7	6,0
Posse do Imóvel					
Próprio (%)	100,0	65,0	65,2	73,7	46,3
Alugado (%)	-	35,0	34,8	26,3	53,7
Valor do Aluguel (Cr\$)	-	78 590	287 500	344 000	...
Residência no Estab. (%)	-	81,7	5,9	57,9	-

FONTE: IPARDES, Pesquisa de Campo - JUL/NOV-1984

\* Para efeito do cálculo da idade média, foram desconsiderados 28 armazéns e três barracas de feirantes, pois iniciaram suas atividades no ano de 1984.

(...) Informação não-disponível

Os supermercados isolados são os mais antigos, com quase oito anos. Quanto aos vinculados à rede SOMAR e às cadeias, suas idades são semelhantes.

Os armazéns não chegam a ter seis anos em média; pode-se dizer que a "juventude" do armazém está vinculada tanto à expansão recente da população de baixa renda em Curitiba, quanto à elevada rotatividade da posse dos estabelecimentos nos últimos anos.

O crescimento das cadeias de supermercados tem-se dado de maneira mais acelerada no último quinquênio, e, paralelamente, acirrou-se a concorrência por locais estratégicos de instalação do equipamento, por serem considerados "recursos não-renováveis" que asseguram a posição no mercado. Outro fato que vem corroborar isso é a lei do zoneamento da cidade que limita ainda mais a sua implantação.

Mais da metade das cadeias não compra, mas aluga o local onde instala seus supermercados. Essa política permite uma mais rápida expansão e assinala a preferência das cadeias na aplicação de seu capital em bens de uso e produtos, ao invés de imóveis.

Uma situação totalmente oposta é apresentada pelos armazéns nas áreas pobres. Em 65% dos casos, os comerciantes são proprietários do imóvel e em 82% utilizam-no também como residência.

Os supermercados isolados e os ligados à Rede SOMAR se assemelham mais aos armazéns que aos supermercados de cadeia, quanto à propriedade do imóvel. Nos supermercados isolados, tem-se que, em 65% dos casos, a posse do imóvel é própria, e nos ligados à Rede SOMAR, esse percentual aumenta para 74%.

No caso dos supermercados da Rede SOMAR, 58% dos entrevistados possuem suas residências no próprio imóvel, enquanto essa participação nos isolados é de apenas 6%.

### 3.1.3 Empregados, Horário de Atendimento e Caixas de Saída

A distribuição desses três tópicos é apresentada na tabela 12.

TABELA 12 - UNIDADES VAREJISTAS, EM NÚMEROS ABSOLUTO E PERCENTUAL, SEGUNDO NÚMERO DE EMPREGADOS, HORAS DE ATENDIMENTO E CAIXAS DE SAÍDA, EM CURITIBA - 1984

NÚMERO DE EMPREGADOS, HORAS DE ATENDIMENTO E CAIXAS DE SAÍDA	FEIRA	ARMAZEM	SUPERMERCADOS		
			Isolados	Rede SOMAR	De Cadeia
<b>Empregados</b>					
Disponibilidade (%)	86,7	36,7	100,0	100,0	100,0
Empregados/Local (Nº)	1,6	1,8	9,9	4,5	61,6
Familiar (%)	56,3	74,4	26,4	43,0	-
Não-familiar (%)	43,7	25,6	73,6	57,0	100,0
<b>Horas de Atendimento</b>					
(h/sem.)	30	84,6	75,3	78,4	76,1
<b>Caixas de Saída</b>					
(Nº)	-	-	2,4	1,7	14,6

FONTE: IPARDES, Pesquisa de Campo - JUL/NOV-1984

Quanto à utilização de empregados nos equipamentos investigados, observa-se que estão presentes em 100% dos super-

mercados, 87% das feiras e 37% dos armazéns.

Nos supermercados de cadeia encontra-se o maior número de empregados por ponto de venda (62%), sendo em sua totalidade não-familiares.

Nos supermercados isolados e da Rede SOMAR, o número de empregados por ponto de venda (9 e 4,5, respectivamente) é muito reduzido quando comparado ao de cadeia, além de ser elevada a participação de empregados familiares (26% e 43%, respectivamente).

Apesar de nas feiras-livres se encontrar um índice de utilização de empregados bem superior ao dos armazéns, esses se assemelham quanto ao número médio de empregados por ponto de venda (1,6 e 1,8, respectivamente), e quanto ao fato de a maioria ser familiar (56% e 74%, respectivamente).

No que diz respeito ao horário de funcionamento dos comércios, a situação é semelhante para os três tipos de supermercados. Ressalte-se que o armazém é o que apresenta maior número de horas semanais de atendimento ao público, isso porque permanece aberto inclusive aos domingos.

A quantidade de caixas de saída de um supermercado é um indicador habitual do volume de vendas. Enquanto o supermercado isolado tem em média 2,4 caixas e os ligados à Rede SOMAR 1,7 caixas, aqueles pertencentes a cadeias possuem em torno de 15 caixas de saída.

Estes valores mostram uma correlação com as variáveis anteriormente apresentadas, indicando, especificamente, um volume de venda bem superior do supermercado de cadeia comparado aos demais.

### 3.1.4 Clientela e Serviços aos Clientes

Os armazéns pesquisados, localizados nas zonas periféricas de Curitiba, atendem em média 69 clientes/dia. Esse valor é superior para o feirante que atende 75 pessoas/dia. Enquanto os supermercados isolados recebem 282 pessoas/dia e os ligados à Rede SOMAR, 244, os supermercados de cadeias atendem diariamente 1 926 pessoas por estabelecimento (tabela 13).

TABELA 13 - UNIDADES VAREJISTAS, EM NÚMEROS ABSOLUTO E PERCENTUAL, SEGUNDO CLIENTELA E SERVIÇOS A CLIENTES, EM CURITIBA - 1984

CLIENTELA E SERVIÇOS A CLIENTES	FEIRA	ARMAZÉM	SUPERMERCADOS		
			Isolados	Rede SOMAR	De Cadeia
Clientela					
Clientes/Dia (Nº)	75	69	282	244	1 926
Serviços a Clientes					
Entrega a Domicílio (%)	-	22,5	88,0	100,0	98,9
Crédito (%)	3,3	10,8	8,7	10,5	...

FONTE: IPARDES, Pesquisa de Campo - JUL/NOV-1984

(...) Informação não-disponível

Considerando esses valores unitários para o total dos três tipos de supermercados estudados, têm-se os dados apresentados no quadro 3.

QUADRO 3 - TIPO DE SUPERMERCADO, POR QUANTIDADE DE PONTOS DE VENDA E CLIENTELA DIÁRIA TOTAL, EM CURITIBA - 1984

TIPO DE SUPERMERCADO	QUANTIDADE	CLIENTE/DIA
Supermercados de cadeias	87	167 576
Cadeia local	40	110 000
Cadeia estadual/regional	32	36 576
Cadeia nacional	15	21 000
Supermercados isolados	74	20 868
Supermercados da rede SOMAR	26	6 343
TOTAL	187	194 787

FONTE: IPARDES

Por não se conhecer a frequência média de compra em supermercados do total da população da cidade, não foi possível obter a abrangência desse tipo de comércio. Porém, pode-se concluir que as cadeias, com suas 87 lojas, captam 86% do total da clientela dos supermercados; 16% é atendido pelos 74 pontos dos isolados e 5% pelas unidades ligadas à rede SOMAR.

Quanto aos serviços oferecidos aos clientes, todos os supermercados da Rede SOMAR, 99% dos pertencentes a cadeias e 88% dos isolados, fazem entrega a domicílio.

O fato de a entrega a domicílio estar generalizada em quase todos os supermercados não estabelece uma vantagem entre eles, mas sim com relação ao comércio tradicional, e constitui um elemento importante para atingir a todos os estratos da população.

Esse tipo de serviço é pouco ofertado pelos armazéns (22,5%), entretanto, esses oferecem um serviço exclusivo às faixas de baixa renda, que é a refrigeração. Ou seja, o leite, o frango, as bebidas, etc., são comprados amiúde e/ou em pequenas parcelas, devido ao orçamento restrito dessa população, que, além disso, muitas vezes não tem condições de conservá-los pela falta de geladeira em seus lares.

### 3.1.5 Concorrência e Evolução das Vendas

O supermercado, em geral, é mencionado pelos cinco tipos de comércio estudados como o competidor principal.

Para as cadeias, a concorrência entre si é o único ponto de competição. Em nenhuma das entrevistas foi citado outro ponto comercial que assumisse o papel de concorrente.

Em contrapartida, os armazéns mencionaram quatro tipos

de comércio como competidores, ainda que com distintas frequências: em 87% das entrevistas, o supermercado foi indicado como principal concorrente; em 5%, outros armazéns e em 3%, o vendedor ambulante.

A feira indica, da mesma forma, o supermercado como principal concorrente (47%) e o sacolão/varejão em segundo lugar (43%).

O supermercado da Rede SOMAR é o único tipo de supermercado que visualiza o armazém como competidor (10,5% dos casos), o que parece indicar ser esse tipo de equipamento comercial o que está mais próximo do armazém.

Para o supermercado isolado a concorrência se dá basicamente com outros supermercados (83%) e como sacolão/varejão (9%) (tabela 14).

TABELA 14 - UNIDADES VAREJISTAS, SEGUNDO PRINCIPAL CONCORRENTE, EM CURITIBA - 1984 (Em %)

PRINCIPAL CONCORRENTE	FEIRA	ARMAZÉM	SUPERMERCADOS		
			Isolados	Rede SOMAR	De Cadeia
Supermercado	46,7	86,7	82,6	73,7	100,0
Feira	10,0	1,7	4,3	5,3	-
Vendedor ambulante	-	3,3	4,3	5,3	-
Sacolão/Varejão	43,3	-	8,7	5,3	-
Armazém	-	5,0	-	10,5	-
Outros	-	2,5	-	-	-
Não informou	-	0,8	-	-	-
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

FONTE: IPARDES, Pesquisa de Campo - JUL/NOV-1984

Os dados referentes à evolução das vendas a partir de 1982 são apresentados na tabela 15.

TABELA 15 - UNIDADES VAREJISTAS, SEGUNDO COMPORTAMENTO DAS VENDAS NOS ÚLTIMOS DOIS ANOS, EM CURITIBA - 1984

(Em %)

COMPORTAMENTO	FEIRA	ARMAZÉM	SUPERMERCADOS					
			Isolados	Rede SOMAR	De Cadeia			TOTAL
					Local	Est/Reg	Nacional	
Aumento	0,0	18,9	15,0	17,7	50,0	-	-	16,7
Diminuição	90,4	62,7	60,0	52,9	-	66,7	-	33,3
Estabilidade	9,6	10,9	25,0	29,4	50,0	33,3	100,0	50,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

FONTE: IPARDES, Pesquisa de Campo - JUL/NOV - 1984

Com exceção das cadeias de supermercados, que apresentaram estabilidade nas vendas (50%), o restante dos equipamentos registrou uma diminuição nos dois últimos anos.

Perguntados sobre as razões que limitam seus lucros, os comerciantes dos cinco tipos de comércio estudados mencionaram a "concorrência" e "muita variação nos preços" como as principais. Os de cadeia são o único elemento comercial que não menciona "poucas vendas", "variação das quantidades adquiridas pelos clientes" nem "impostos" como razões que limitam os lucros, tal como fazem quase todos os outros comércios pesquisados (tabela 16).

TABELA 16 - UNIDADES VAREJISTAS, SEGUNDO RAZÕES QUE LIMITAM A OBTENÇÃO DE MAIORES LUCROS, EM CURITIBA - 1984

(Em %)

RAZÃO	FEIRA	ARMAZÉM	SUPERMERCADOS					
			Isolados	Rede SOMAR	De Cadeia			Total
					Local	Est/Reg.	Nacional	
Concorrência	13,3	31,7	39,1	26,3	50,0	100,0	-	66,6
Muita variação de preços	16,7	17,5	21,7	36,8	50,0	-	-	16,7
Poucas vendas	16,7	20,8	13,0	21,1	-	-	-	-
Variação nas quantidades compradas pelos clientes	33,3	10,8	4,4	-	-	-	-	-
Irregularidade em obter os produtos	-	0,8	-	-	-	-	-	-
Perda com os produtos	10,0	2,5	-	-	-	-	-	-
Impostos	-	7,5	4,4	10,5	-	-	-	-
Outros	10,0	6,7	17,4	5,3	-	-	-	-
Não informou	-	1,7	-	-	-	-	100,0	16,7
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

FONTE: IPARDES, Pesquisa de Campo - JUL/NOV - 1984

Para os comerciantes, o item "muita variação de preços", está associado diretamente ao efeito do processo inflacionário sobre o valor do seu estoque de produtos. Ou seja, se seu preço de venda não acompanhar as variações de preços de seus fornecedores, não conseguirá repor seu estoque, tendo o perigo de descapitalizar-se.

A razão "perda com produtos" é mencionada em 10% dos casos pelos feirantes. Correlacionando essa resposta com a outra, "variação das quantidades compradas pelos clientes", 33% dos entrevistados afirmam que a perecibilidade dos produtos que comercializam estabelece um risco não apresentado nos outros equipamentos estudados.

A variável "poucas vendas" é mencionada como significativa pelos armazéns e supermercados da Rede SOMAR (21%).

### 3.2 VENDA DE PRODUTOS

Os dados referentes às compras mensais médias para os dez produtos selecionados pelo Projeto, por tipo de elemento comercial estudado, são apresentados na tabela 17.

TABELA 17 - UNIDADES VAREJISTAS, POR COMPRA MÉDIA MENSAL E TIPO DE EQUIPAMENTO, SEGUNDO ALGUNS PRODUTOS ALIMENTÍCIOS, EM CURITIBA - 1984

PRODUTO	COMPRA MÉDIA MENSAL (kg)				
	Feira	Armazém	Supermercados		
			Isolados	Rede SOMAR	De Cadeia
Batata	2 716	197	2 105	1 156	18 815
Cebola	876	78	660	442	5 679
Tomate	907	82	483	228	6 983
Laranja	2 803	132	1 810	485	13 688
Banana	2 583	222	766	505	7 798
Arroz	722	157	2 312	2 307	14 682
Feijão	1 101	101	960	770	4 150
Farinha de milho	115	54	356	353	1 092
Fubã de Milho	203	52	470	362	2 101
Óleo de Soja	*	70	1 754	1 469	9 526

FONTE: IPARDES. Pesquisa de Campo - JUL/NOV. 1984

\*O óleo de soja na feira-livre não foi considerado, pois nas feiras "D" e "E", que são as atuantes na área da baixa renda, não é comercializado.

Note-se que, para todos os produtos, o supermercado de cadeia é o primeiro colocado em volume de vendas em Curitiba. No caso específico dos hortifrutigranjeiros, a feira-livre ocupa a segunda colocação.

O armazém aparece como o equipamento de menor participação nas vendas, em todos os produtos.

Para o grupo de produtos não-perecíveis (excetuando-se o supermercado de cadeia que é o primeiro colocado), geralmente as vendas médias superiores, com exceção do feijão, ocorrem no supermercado isolado, seguido daquele vinculado à Rede SOMAR. A feira-livre, como para os grupos de produtos anteriores, ocupa uma posição à frente do armazém, ficando esse último como o equipamento de menor expressão nas vendas médias.

### 3.2.1 Fornecimento de Produtos

Foi solicitado aos entrevistados o tipo de fornecedor, sua localização e as quantidades compradas mensalmente para cada produto de interesse do Projeto.

O objetivo dessa pergunta foi conhecer a que nível do sistema total de abastecimento se realizam as compras.

Na tabela 18 são apresentados os resultados correspondentes ao grupo de produtos hortifrutigranjeiros estudados, distinguindo-se três níveis:

- a) produção: compras realizadas diretamente do produtor ou fabricante e produção própria do comerciante entrevistado;
- b) atacado introdutor: composto pelas unidades atacadistas que compram predominantemente do produtor ou de fora do Estado;

c) atacado distribuidor: integrado pelos atacadistas que realizam uma segunda venda adquirindo os produtos do atacado introdutor.

TABELA 18 - UNIDADES VAREJISTAS, POR TIPO DE FORNECIMENTO E FORNECEDORES, SEGUNDO TIPO DE EQUIPAMENTO E ALGUNS PRODUTOS HORTIFRUTIGRANJEIROS, EM CURITIBA - 1984 (Em %)

EQUIPAMENTO PRDDUTO	TIPO DE FORNECIMENTO E FORNECEDOR											
	Produção			Atacado Introdutor*				Atacado Distribuidor				
	Própria	Compra Produtor	Subtotal	CEASA	Mercado Municipal/ Paralelo	Estufa	CEAGESP	Subtotal	Atacadista, Cerealista	Atacadista Ambulante	Subtotal	TOTAL
<b>Feira</b>	-	-	-	40,0	60,0	-	-	100,0	-	-	-	100,0
Batata	-	-	-	41,6	58,4	-	-	100,0	-	-	-	100,0
Cebola	-	-	-	52,8	47,2	-	-	100,0	-	-	-	100,0
Tomate	-	4,6	4,6	54,6	40,8	-	-	95,4	-	-	-	100,0
Laranja	-	77,1	77,1	2,9	20,0	-	-	22,9	-	-	-	100,0
Banana	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Armazéns</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Batata	0,3	9,9	10,2	56,7	4,0	-	-	60,7	7,1	22,0	29,1	100,0
Cebola	-	6,7	6,7	56,2	4,5	-	-	60,7	7,1	25,5	32,6	100,0
Tomate	-	1,8	1,8	54,1	7,3	-	-	61,4	1,6	35,3	36,8	100,0
Laranja	-	-	-	70,0	17,0	-	-	87,0	-	13,0	13,0	100,0
Banana	-	2,3	2,3	33,4	4,2	13,3	-	50,9	1,3	45,5	46,8	100,0
<b>Supermercados Isolados</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Batata	-	56,1	56,1	31,4	11,4	-	-	42,9	-	1,1	1,1	100,0
Cebola	-	40,7	40,7	42,4	15,2	-	-	57,6	-	1,7	1,7	100,0
Tomate	-	-	-	26,5	72,6	-	-	99,1	-	0,9	0,9	100,0
Laranja	-	-	-	25,8	72,7	-	-	98,5	-	1,5	1,5	100,0
Banana	-	-	-	20,0	12,3	54,0	-	86,3	-	13,7	13,7	100,0
<b>Supermercados SOMAR</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Batata	-	8,2	8,2	65,9	18,9	-	-	84,8	3,5	3,5	7,0	100,0
Cebola	-	4,9	4,9	70,6	17,8	-	-	88,4	4,6	2,1	6,7	100,0
Tomate	-	-	-	59,7	40,3	-	-	100,0	-	-	-	100,0
Laranja	-	-	-	70,6	29,4	-	-	100,0	-	-	-	100,0
Banana	-	-	-	38,6	12,1	28,5	-	79,2	-	20,8	20,8	100,0
<b>Supermercados Cadeia</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Batata	2,0	7,3	9,3	64,5	2,0	-	23,4	89,9	0,8	-	0,8	100,0
Cebola	-	3,6	3,6	70,2	6,0	-	19,4	95,6	0,8	-	0,8	100,0
Tomate	-	4,2	4,2	70,9	4,3	-	20,6	95,8	-	-	-	100,0
Laranja	-	-	-	78,6	-	-	21,4	100,0	-	-	-	100,0
Banana	-	-	-	23,0	2,6	6,7	67,7	100,0	-	-	-	100,0

FONTE: IPARDES, Pesquisa de Campo - JUL/NOV-1984

\*Entende-se por atacado Introdutor o estabelecimento comercial que adquire o produto diretamente na zona de produção ou de outros mercados atacadistas fora da Paraná.

O preço que paga o comércio varejista pelos produtos está relacionado ao nível em que se encontra o vendedor na cadeia de fornecimento, ou seja, quanto mais próximo da área de produção, menor o preço pago. Entretanto, para aproveitar as vantagens dos preços diferenciais, faz-se necessário que os volumes de compras sejam maiores, quando a aquisição se dá mais próxima do nível da produção.

Os dados da tabela 18 evidenciam, para os hortifrutigranjeiros em estudo, os baixos volumes adquiridos a nível de

produção, ainda que pelas cadeias de supermercados. Com relação às frutas, pode-se verificar que somente a banana é comprada em maior volume, pelos feirantes, junto ao produtor. Outra situação semelhante se detectou na aquisição da batata e cebola diretamente dos produtores pelos supermercados isolados, 56% e 41%, respectivamente. Porém, em geral, pode-se afirmar que para as frutas e verduras estudadas, o fornecimento a nível de produção é pouco expressivo.

A nível do atacado introdutor, fica caracterizada a importância desse sistema de comercialização para todos os equipamentos estudados. Os supermercados de cadeia, os filiados à Rede SOMAR e os armazéns realizam a quase totalidade de suas compras junto à CEASA, enquanto os supermercados isolados e os feirantes dividem suas compras entre CEASA e mercado paralelo.

Já, no que se refere ao atacado distribuidor, o maior comprador é o armazém, o que pode ser explicado pelos baixos volumes de venda das frutas e verduras em estudo. De fato, o fornecedor desses produtos é o atacadista ambulante que lhe propicia a entrega in loco, evitando a necessidade de transporte até o mercado atacadista da cidade.

Com respeito ao atacadista ambulante, pode-se notar que se sobressai como fornecedor de banana, não só para o armazém, mas também para o supermercado isolado e SOMAR.

O fornecimento das demais frutas e verduras estudadas (laranja, cebola, batata e tomate) aos supermercados, ora selecionados, é feito basicamente pelo atacado introdutor, predominantemente a CEASA. Os dados referentes ao tipo de fornecedor para o restante dos produtos são apresentados na tabela 19.

TABELA 19 - UNIDADES VAREJISTAS, POR TIPO DE FORNECIMENTO E FORNECEDORES, SEGUNDO TIPO DE EQUIPAMENTO E ALGUNS PRODUTOS ALIMENTÍCIOS, EM CURITIBA - 1984

(Em %)

EQUIPAMENTO PRODUTO	TIPO DE FORNECIMENTO E FORNECEDOR											TOTAL	
	Produção				Agricultura				Atacado				Não Soube Informar
	Própria	Compra Produtor	Compra Cooperativa	Subtotal	Indústria	Benefi- ciadora	Farinheira	Subtotal	COBAL	Atacado /Cereal. Representação*	Subtotal		
Feira	-	-	-	-	-	30,7	-	30,7	-	50,6	50,6	18,7	100,0
Feijão	-	25,9	-	25,9	-	-	-	-	-	74,1	74,1	-	100,0
Farinha de Milho	-	-	-	-	-	-	67,2	67,2	-	-	-	32,8	100,0
Fubã de Milho	-	-	-	-	-	-	59,7	59,7	-	-	-	10,3	100,0
Óleo de Soja	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Armazéns	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100,0	100,0	-	100,0
Arroz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98,2	98,2	-	100,0
Feijão	-	1,8	-	1,8	-	-	-	-	-	81,8	81,8	-	100,0
Farinha de Milho	-	-	-	-	-	-	18,2	18,2	-	77,7	77,7	-	100,0
Fubã de Milho	-	-	-	-	-	-	22,3	22,3	-	100,0	100,0	-	100,0
Óleo de Soja	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100,0	100,0	-	100,0
Supermercados Isolados	-	-	15,8	15,8	-	65,4	-	65,4	-	18,8	18,8	-	100,0
Arroz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100,0	100,0	-	100,0
Feijão	-	-	-	-	-	-	-	-	1,6	30,4	32,0	-	100,0
Farinha de Milho	-	-	-	-	-	-	68,0	68,0	2,4	28,5	30,9	-	100,0
Fubã de Milho	-	-	-	-	-	-	69,1	69,1	-	16,3	16,3	-	100,0
Óleo de Soja	-	-	-	-	83,7	-	-	83,7	-	-	-	-	100,0
Supermercados SOMAR	-	-	21,4	21,4	-	25,4	-	25,4	1,8	41,4	43,2	-	100,0
Arroz	-	-	-	-	-	-	-	-	1,8	85,0	86,8	13,2	100,0
Feijão	-	-	-	-	-	-	-	-	8,3	24,2	32,5	19,2	100,0
Farinha de Milho	-	-	-	-	-	-	48,3	48,3	-	38,5	21,8	24,1	45,9
Fubã de Milho	-	-	-	-	-	-	38,5	38,5	1,0	30,1	31,1	-	100,0
Óleo de Soja	-	-	-	-	68,9	-	-	68,9	-	-	-	-	100,0
Supermercados de Cadeia	1,2	-	13,0	14,2	-	59,0	-	59,0	-	12,4	12,4	14,4	100,0
Arroz	3,8	-	17,3	21,1	-	-	-	-	-	78,9	78,9	-	100,0
Feijão	-	-	-	-	-	-	100,0	100,0	-	-	-	-	100,0
Farinha de Milho	-	-	-	-	-	-	100,0	100,0	-	-	-	-	100,0
Fubã de Milho	-	-	-	-	-	-	100,0	100,0	-	-	-	-	100,0
Óleo de Soja	-	-	-	-	99,8	-	-	99,8	-	0,2	0,2	-	100,0

FONTE: IPARDES, Pesquisa de Campo - JUL/NOV-1984

\*A representação foi encontrada como fornecedora de apenas dois produtos - arroz e óleo - e com uma participação pouco significativa. Para tanto ela foi incorp-  
rada à coluna de atacadistas e cerealistas

O arroz, para os supermercados de cadeia, tem seu fornecimento garantido principalmente pelas beneficiadoras. Para o restante dos equipamentos (feiras-livres, armazéns e supermercados SOMAR e isolados) os principais fornecedores são os atacadistas/cerealistas. Do que provem da área de produção, as cooperativas são os fornecedores principais.

As farinheiras são importantes fornecedoras de fubã e farinha de milho para todos os equipamentos estudados, com exceção do armazém que se abastece, principalmente, junto aos atacadistas/cerealistas.

No caso do óleo de soja, o produto é predominantemente adquirido da indústria. Exceção feita ao armazém, que se abastece no atacadista/cerealista.

O feijão é o único produto com fornecedor comum a todos os equipamentos em estudo: é adquirido fundamentalmente nos

atacadistas/cerealistas de Curitiba e do interior do Estado.

No que diz respeito à localidade de compra dos produtos estudados, os resultados para os hortifrutigranjeiros são apresentados na tabela 20. O que fica caracterizado é que os equipamentos se abastecem, quase que exclusivamente, desses produtos na Região Metropolitana de Curitiba. O único produto comprado, com maior intensidade, diretamente de outros municípios do Paraná e outros estados é a banana.

TABELA 20 - LOCAL DE COMPRA DE ALGUNS PRODUTOS HORTIFRUTIGRANJEIROS, SEGUNDO TIPO DE EQUIPAMENTO, EM CURITIBA - 1984

(Em %)

EQUIPAMENTO PRODUTO	LOCAL				TOTAL
	Curitiba e Região Metropolitana de Curitiba	Outros Municípios do Paraná	Outros Estados	Não Informou	
Feira					
Batata	100,0	-	-	-	100,0
Cebola	100,0	-	-	-	100,0
Tomate	100,0	-	-	-	100,0
Laranja	95,4	2,3	2,3	-	100,0
Banana	22,9	77,1	-	-	100,0
Armazéns					
Batata	99,9	0,1	-	-	100,0
Cebola	100,0	-	-	-	100,0
Tomate	100,0	-	-	-	100,0
Laranja	100,0	-	-	-	100,0
Banana	100,0	-	-	-	100,0
Supermercados Isolados					
Batata	100,0	-	-	-	100,0
Cebola	100,0	-	-	-	100,0
Tomate	100,0	-	-	-	100,0
Laranja	100,0	-	-	-	100,0
Banana	100,0	-	-	-	100,0
Supermercados da Rede SOMAR					
Batata	100,0	-	-	-	100,0
Cebola	100,0	-	-	-	100,0
Tomate	100,0	-	-	-	100,0
Laranja	100,0	-	-	-	100,0
Banana	100,0	-	-	-	100,0
Supermercados de Cadeia					
Batata	76,6	-	23,4	-	100,0
Cebola	79,8	0,8	19,4	-	100,0
Tomate	79,4	-	20,6	-	100,0
Laranja	78,6	-	21,4	-	100,0
Banana	29,7	2,6	67,7	-	100,0

FONTE: IPARDES, Pesquisa de Campo - JUL/NOV - 1984

Com relação aos produtos não-perecíveis, a feira-livre e o armazém também se abastecem predominantemente na Região Metropolitana de Curitiba. Um aspecto importante a ser destacado é que os supermercados em geral, por realizarem compras em grande escala e disporem de um departamento de compra mais estruturado, com uma base de informação maior, extrapolam as suas compras para outros municípios e em determinados produtos até para outros estados (tabela 21).

TABELA 21 - LOCAL DE COMPRA DE ALGUNS PRODUTOS ALIMENTÍCIOS, SEGUNDO TIPO DE EQUIPAMENTO, EM CURITIBA - 1984 (Em %)

EQUIPAMENTO PRODUTO	LOCAL				TOTAL
	Curitiba e Região Metropolitana	Outros Municípios do Paraná	Outros Estados	Não Informou	
<b>Feira</b>					
Arroz	81,3	12,8	5,9	-	100,0
Feijão	97,7	2,3	-	-	100,0
Farinha de Milho	100,0	-	-	-	100,0
Fubã de Milho	100,0	-	-	-	100,0
Óleo de Soja	-	-	-	-	-
<b>Armazéns</b>					
Arroz	96,7	3,3	-	-	100,0
Feijão	92,8	7,2	-	-	100,0
Farinha de Milho	92,9	7,1	-	-	100,0
Fubã de Milho	93,7	6,3	-	-	100,0
Óleo de Soja	91,5	8,5	-	-	100,0
<b>Supermercados Isolados</b>					
Arroz	34,6	5,6	47,1	12,7	100,0
Feijão	98,9	-	-	1,1	100,0
Farinha de Milho	65,4	29,9	-	4,7	100,0
Fubã de Milho	52,3	42,9	-	4,8	100,0
Óleo de Soja	15,5	64,3	19,4	0,8	100,0
<b>Supermercados da Rede SOMAR</b>					
Arroz	32,5	6,9	45,9	14,7	100,0
Feijão	100,0	-	-	-	100,0
Farinha de Milho	82,7	17,3	-	-	100,0
Fubã de Milho	91,3	8,7	-	-	100,0
Óleo de Soja	31,0	58,1	10,9	-	100,0
<b>Supermercados de Cadeia</b>					
Arroz	4,0	4,0	77,6	14,4	100,0
Feijão	60,4	39,6	-	-	100,0
Farinha de Milho	75,8	24,2	-	-	100,0
Fubã de Milho	60,7	27,7	-	11,6	100,0
Óleo de Soja	0,2	77,9	21,9	-	100,0

FONTE: IPARDES. Pesquisa de Campo - JUL/NOV.1984

#### 4 CONCLUSÕES ESPECÍFICAS SOBRE A PESQUISA DO SISTEMA DE COMERCIALIZAÇÃO VAREJISTA E DA COMPRA DE ALIMENTOS EM CURITIBA PELA POPULAÇÃO DE BAIXA RENDA

##### 4.1 O SISTEMA DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS EM CURITIBA

A estrutura de comercialização varejista de Curitiba tem tido um desenvolvimento significativo, embora descoordenado, concentrando-se na distribuição de alimentos em unidades de venda e de auto-serviço, especialmente nas cadeias de supermercados. A estrutura distribuidora está constituída por:

- a) um setor tradicional, atomizado, no qual predominam as vendas a balcão e em pequena escala, com especialização em um produto, tendendo à incorporação de itens que anteriormente não lhe eram próprios;
- b) um setor moderno, de cadeias de comércio, que apresentou um desenvolvimento significativo no último quinquênio, constituído por supermercados de distintos tipos;
- c) elementos apoiados pelo Governo, alguns tradicionais, como as feiras, e outros de recente aparecimento, sacolão e varejão, que baseiam sua estratégia de venda na comercialização de grandes volumes, fundamentalmente frutas e hortaliças.

Com relação ao sistema de comercialização, tem-se que:

- a) as formas de comercialização que implicam a integração vertical e a coordenação horizontal de elementos comerciais (cooperativas de varejistas, cadeias vo-

luntárias privadas, centrais de compras, etc.) não existem em Curitiba. Esses tipos de organização têm sido adotados em muito países pelos comércios tradicionais para sobreviver frente à expansão crescente do setor supermercadista;

- b) a estrutura de comercialização de alimentos é centrada em um limitado número de cadeias de supermercados, que desfrutam de condições oligopolistas de mercado. Essa situação não obriga, por exemplo, o supermercado a reduzir suas margens de comercialização, nem as de intermediação;
- c) a Rede SOMAR tem uma expressão limitada em Curitiba, devido aos preços pouco atrativos dos seus produtos, quando comparados aos equivalentes nos demais supermercados. Os comércios vinculados a essa cadeia voluntária compram reduzidos volumes de produtos da unidade atacadista gerenciadora do sistema, COBAL, pois seus preços e disponibilidade de produtos não são competitivos;
- d) a expansão das cadeias de supermercados parece ter tido como limitante principal a saturação do mercado Curitiba por esse tipo de equipamento. Entende-se por saturação a impossibilidade de instalar uma unidade a mais, que possibilitasse aumento do lucro. Muito embora esse crescimento atualmente se dê de maneira mais lenta e ordenada, mais pela incorporação de outros estabelecimentos e/ou outras cadeias menores do que pela conquista de fatias novas de mercado. As cadeias de supermercados, utilizando fundamentalmente

mão-de-obra não-qualificada, com ampla capacidade de endividamento, acesso ao crédito e, algumas, possuindo baixo nível de investimento em ativos fixos, atuam com custos operacionais proporcionalmente mais baixos por unidade de venda.

#### 4.2 SISTEMA DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS DAS POPULAÇÕES DE BAIXA RENDA

Com relação à comercialização, tem-se a seguinte divisão por equipamentos:

##### a) Cadeias de Supermercados:

- i) as cadeias de supermercados nacionais, estaduais e locais são as grandes vendedoras de alimentos para as populações de menores rendas de Curitiba. Dominam o mercado com uma clientela de aproximadamente 168 000 clientes/dia, incluindo-se, nesse total 65% da população das favelas. Os supermercados que operam isoladamente atendem somente 20% dessa população;
- ii) essas oferecem a seus clientes ampla infraestrutura e grande diversidade de produtos, qualidades e marcas, não somente dos alimentícios. O restante do sistema de supermercados opera em locais menores, concentrando-se na venda de alimentos.
- iii) a existência de uma grande clientela, aproximadamente 168 000 clientes/dia, permite uma rápida rotação de seu estoque e uma otimização de sua rentabilidade por unidade capital;

iv) as cadeias realizam suas compras de produtos não-perecíveis na indústria, no comércio atacadista e, em menor proporção, na zona de produção, e dos perecíveis no comércio atacadista introdutor. Os grande volumes operadores lhes permitem uma vantagem diferencial de custos face aos outros equipamentos atuantes em Curitiba. Isso somente se repete, de maneira muito parcial, no restante dos supermercados.

b) Supermercados Isolados e SOMAR:

- i) os supermercados isolados e SOMAR, localizados de maneira mais distribuída na cidade comparativamente aos de cadeia, atendem em torno de 25 000 clientes/dia. Das populações das favelas e áreas carentes, 20% e 41%, respectivamente, abastecem-se nesse tipo de supermercado;
- ii) o supermercado isolado tem mais capacidade operativa que os da Rede SOMAR. Sua superfície é maior, a quantidade de empregados, o dobro, e o número de caixas de saída por unidade também é superior. A quantidade de clientes atendida diariamente é semelhante, com pequena vantagem para os isolados. As compras mensais desses supermercados são superiores às do SOMAR, com significativa diferença nas frutas e hortaliças;
- iii) as compras realizadas pelos supermercados da Rede SOMAR na sua central de compras, COBAL, são pouco significativas, permitindo transfe-

rir ao consumidor apenas eventuais vantagens de preços nos produtos de consumo básico, obtidas pela central de compra dessa cadeia.

c) Armazém:

- i) o armazém instalado nas áreas de menores rendas tem características de comércio tradicional e de pequena escala. Dos entrevistados, aproximadamente 80% possuem os 40 m<sup>2</sup> de área de venda;
- ii) dos comerciantes 65% são proprietários do imóvel; desses, 96% residem no prédio do estabelecimento. O amplo horário de atendimento, a proximidade e, com menor peso, o crédito pessoal são as vantagens apresentadas para captar uma clientela que adquire, principalmente, produtos de compra diária - pão e leite, por exemplo -, que o comerciante pode fiar, pois são tabelados;
- iii) a disponibilidade de refrigeração estabelece uma vantagem diferencial do armazém face aos supermercados, pois podem oferecer bebidas de consumo imediato refrigeradas ou suprir a falta de geladeira nas residências da população de baixa renda;
- iv) o armazém se abastece de produtos não-perecíveis quase que exclusivamente em atacadistas/cerealistas localizados em Curitiba. E, no caso de frutas e hortaliças, nos atacadistas distribuidores.

## d) Feira-Livre:

- i) a feira-livre vende às famílias das favelas somente 0,3% do valor gasto em alimentos. Esses consumidores preferem o sacolão e varejão em relação à feira. Aqueles participam com 1% no gasto, apesar do seu número limitado, distância e localização;
- ii) a feira-livre é um tipo de equipamento especializado na distribuição de hortifrutigranjeiros. Os resultados da pesquisa mostraram que a participação desse grupo de produtos na cesta básica da população de baixa renda é muito reduzida. Apenas quatro produtos (banana, tomate, cebola e batata) podem ser considerados expressivos para esse segmento populacional, fato que não o torna alvo de mercado para esse tipo de comércio. Fatores exógenos à questão da demanda também interferem no funcionamento precário desse elemento comercial. Esses fatores compreendem desde a compra individual do feirante, que necessita repassar ao consumidor o ônus da pequena escala de compra e venda para sua sobrevivência, até a inexistência do controle de preços, por parte do poder público, uma vez que esse equipamento por utilizar espaços públicos, deveria ter o compromisso de reverter os benefícios aos seus clientes.

O processo inflacionário tem sido expresso pelos comer-

cientes como "muita variação de preços dos produtos", sendo um motivo de grande preocupação do comércio tradicional. É uma situação perigosa para a continuidade de sua atividade, pois se o comerciante não acompanhar atentamente os custos de reposição das mercadorias vendidas poderá ficar impossibilitado de repor seu estoque. Paradoxalmente, para as unidades modernas com grandes volumes de vendas e manejo de seu efetivo, em estoque de produtos ou no mercado financeiro, pode significar um lucro adicional de importância, fora da própria função de intermediação.

#### 4.3 A COMPRA DE ALIMENTOS DA POPULAÇÃO DE BAIXA RENDA: PRODUTOS E LOCAL DE COMPRA

Com relação à compra de alimentos da população de baixa renda, tem-se que:

- a) as famílias das favelas de Curitiba gastam na compra dos 32 produtos que constituem sua dieta básica, 67% da renda média familiar, que é de 1,75 salário mínimo. Os produtos oferecidos pela agropecuária e agroindústria modernas, embora não sejam tão representativos, também participam da dieta das famílias pobres. Sua demanda está centrada em grãos e produtos de baixo nível de processamento, sendo 59% de seu gasto constituído por cereais e derivados, açúcar, feijão, batata, duas frutas e duas hortaliças, representando 80% dos 22 quilos que compra mensalmente;
- b) a seleção do lugar de compra de alimentos, por parte do consumidor de baixa renda, é feita em termos do nível de preços oferecido, isso pela evidente necessidade de otimizar seu baixo poder de compra;

- c) o sistema de supermercados oferece os preços mais baixos nos produtos não-perecíveis de consumo básico. Esses produtos (arroz, feijão, farinha, óleo, açúcar, etc.) são também de grande consumo dos estratos de rendas mais altas sendo utilizados pelos supermercados como geradores de clientela;
- d) as famílias das favelas e áreas carentes adquirem a quase totalidade dos produtos básicos não-perecíveis nos supermercados, em compras realizadas a cada 15 dias, aproximadamente. Também se abastecem nos supermercados dos vegetais menos perecíveis (batata e cebola) e das reduzidas quantidades de carne bovina que consomem;
- e) independente dos preços mais baixos que o supermercado possivelmente ofereça, esse comportamento pode ser explicado pelo sistema de supermercados que cobre amplamente a cidade (88% dos compradores de favelas chegam a pé até o supermercado onde compram) e pela funcionalidade do sistema de transporte coletivo urbano. Com isso, os supermercados absorvem uma clientela de 85% das famílias que vivem nas favelas e 95% daquelas das áreas carentes, onde realizam 66% e 71% da compra de alimentos com um gasto de 69% e 71%, respectivamente;
- f) o armazém é o segundo equipamento comercial, em ordem de importância, que canaliza as compras das famílias das favelas (21%) e das áreas carentes (13%). Esse comércio de proximidade é o primeiro fornecedor dos produtos de compra diária (pão e leite), e proporciona serviços de refrigeração, para os que não

- dispõem de geladeira em seus lares. A disponibilidade de refrigeração faz com que a população em estudo se abasteça de frango e miúdos nesses comércios, proporcionalmente mais do que em outros equipamentos;
- g) a principal razão da compra no armazém é a proximidade do domicílio, seguida do crédito oferecido a seus clientes (11%);
  - h) o vendedor ambulante possui certa relevância no abastecimento de frutas e hortaliças de segunda qualidade, com baixos preços;
  - i) a feira-livre não tem como cliente o consumidor de baixa renda;
  - j) o sacolão e o varejão, devido à distância do local de moradia são de acesso relativamente difícil para essa população, embora valorizados como fornecedor, com uma frequência de 10% das famílias desse segmento;
  - l) a panificadora é um vendedor de baixa participação nas favelas, com 1% do gasto em alimentos. Essa aumenta para 2% nas áreas carentes. Vende principalmente pão e leite, ainda que não supere as vendas desses produtos realizados pelos armazéns;

Das conclusões específicas das pesquisas realizadas pelo IPARDES, o que se depreende é que o reduzido gasto com a alimentação, determinado pelo baixo nível de renda da população estudada, faz com que o incremento de seu poder de compra em função de uma redução de preços tenha pouco significado do ponto de vista nutricional. A quantia necessária em dinheiro, para

que uma família média\* satisfizesse seus requerimentos nutricionais era de aproximadamente Cr\$ 122 250\*\* a preços de fevereiro de 1984, enquanto que a quantia disponível observada pelos resultados da pesquisa foi de Cr\$ 66 800. (5,3 pessoas/família) para favela e de Cr\$ 72 784 (4,7 pessoas/família) para área carente, ou seja, 55% e 60% do valor necessário, respectivamente (tabela A.4).\*\*\*

Portanto, o efeito de uma melhoria no sistema de comercialização, que se expressaria por uma baixa dos preços finais dos alimentos ao consumidor, seria por si só insuficiente para a melhoria do nível nutricional dessa população.

Hipoteticamente, ainda que se obtivesse um sistema de distribuição mais eficiente capaz de reduzir efetivamente os preços finais dos produtos básicos, não se eliminaria o déficit apontado.

\*Entende-se por família média, uma família de cinco pessoas composta por um casal adulto de atividade moderada e três filhos, de três, oito e quatorze anos. CODECON. Divisão de Orientação Alimentar. Cardápio de custo mínimo. São Paulo, 1982.

\*\*Para determinação desse valor, tomou-se como base o cardápio de custo mínimo do CODECON, aplicando-se os preços médios do custo de vida, levantados pelo IPARDES, para fevereiro de 1984.

\*\*\*Os pesos relativos dos estratos populacionais pesquisados estão assim distribuídos: 16% da população da favela e 84% da população da área carente, em relação ao total da população de baixa renda.

## 5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES GERAIS DO PROGRAMA DE ESTUDOS

Os resultados da pesquisa apontam um sistema de distribuição de alimentos concentrado, liderado por um tipo de equipamento comercial (supermercados) que pratica os preços mais acessíveis em relação a outros equipamentos, atendendo à população como um todo, independente do nível de renda.

Notou-se ainda que a tendência desse setor é de expansão, embora com caráter mais ordenado que a dos últimos anos. Essa nova característica de expansão e disputa por novos mercados em centros urbanos de maior dimensão tem sido via "lojas de sortimento limitado" ou outros equipamentos, cujo custo operacional seja inferior ao das unidades convencionais de venda.

Outro aspecto importante diz respeito ao nível de vinculação da atividade comercial estabelecido com o setor financeiro. Os lucros obtidos das empresas mercantis nem sempre advêm da atividade em si, mas através de ganhos especulativos com outros, que não os decorrentes da maior eficiência da rotação de capital, ou diretamente no mercado financeiro que lhes garante lucros que extrapolam a transação comercial exclusivamente.

Esse quadro geral da esfera da comercialização ao nível varejista aponta uma estrutura oligopolizada e integrada a outros setores do capital, portanto, competir nessa atividade comercial implica operar com preços iguais ou inferiores aos praticados pelos supermercados, uma vez que essa é a principal razão apontada pela população para a escolha do local de compra.

Independente dos julgamentos que se façam da atual estrutura de distribuição de alimentos predominante, pode-se dizer que ela responde satisfatoriamente a demandas e orçamentos generalizados.

Paralelamente a essa estrutura que, bem ou mal, faz chegar à mesa da população que pode comprar cerca de 70% do alimento adquirido, existe outra situação pela qual o sistema comercial pouco pode fazer: atender à parcela da população cuja renda não permite a ingestão necessária de alimentos com regularidade, quer por insuficiência ou inexistência de renda.

Essa parcela, alijada do sistema de distribuição privada, necessita de intervenção a favor de sua causa, de maneira severa e decidida, à medida em que a manutenção do atual quadro de fome significa comprometer o desenvolvimento futuro do país.

No caso particular de Curitiba, tomando por base apenas a população da área pesquisada - em torno de 350 mil pessoas, em fevereiro de 1984, representando cerca de 30% da população do município -, a totalidade das famílias possuía renda média de até três salários mínimos.

Sabe-se que as intervenções institucionais a nível do abastecimento, no âmbito mais geral, sempre foram episódicas ou conjunturais. Isso só pôde gerar organismos que necessariamente não tiveram uma visão global da sociedade e economia nas quais se inserem.<sup>8</sup>

Em consequência as ações tomadas sempre privilegiaram as questões técnicas da produção e da comercialização como se fos-

<sup>8</sup>LINHARES, Maria Yedda Leite & SILVA, Francisco Carlos Teixeira da. História Política do Abastecimento: 1918-1974. Brasília, BINAGRI, 1979. 240p. (Estudos sobre o Desenvolvimento Agrícola, 6).

sem suficientes para resolver a questão alimentar da população do país. É claro que essas medidas são necessárias, mas não bastam quando o nível de renda de grande parcela da população é o que constitui o elemento impeditivo de acesso aos alimentos.

Assim sendo, pode-se perceber que enquanto prevalecer o atual modelo de distribuição de renda, a formulação de uma política de abastecimento terá de, além de garantir a produção e a comercialização, contemplar necessariamente o acesso ao consumo da demanda reprimida por alimento, ou seja, a demanda que não se resolve via mercado, pelo menos enquanto se mantiver o atual quadro distributivo de renda no país.

Partindo desse bloco de conclusões é que se coloca como necessária a definição, em primeiro lugar, de uma Política Nacional de Abastecimento Alimentar que vise, antes de tudo, a segurança alimentar da população como um todo.

Essa política terá como premissa maior a definição da pauta prioritária de produtos, o que provavelmente provocará um impacto na estrutura de oferta. As maiores mudanças do atual modelo agropecuário se fundamentariam na reorganização da produção, o que implicaria desde uma redefinição da ocupação do espaço agrícola até formas de acionar mecanismos e instrumentos de apoio necessários a sua implementação.

Medidas concomitantes à produção terão de ser tomadas a nível da comercialização, mediante garantia de preço e aquisição desses produtos.

Assim, outro setor comprometido com a definição de uma política global de abastecimento será, sem dúvida, o comércio de alimentos, tanto a nível atacadista (pré-comercialização) como varejista (distribuição final), à medida que se esta-

beleça o controle do nível de preços praticados nessa etapa da circulação desses produtos.

Entretanto, mesmo que haja disponibilidade de produto no mercado, o atual quadro de distribuição de renda existente no país não assegura, para uma parcela significativa da população, o acesso a esses alimentos.

É nesse sentido que se coloca um segundo nível de recomendações destinado ao entendimento do problema alimentar dessa parcela da população, cuja solução não se esgota pelo planejamento do abastecimento em si mas pela combinação deste com uma política econômica menos excludente e menos concentradora.

Com o atual quadro político do país, acenam-se algumas mudanças nessa área. Entretanto, esse será um percurso longo e moroso, daí a necessidade de adoção e instrumentalização de ações, por parte do Estado, dentro de uma perspectiva mais social, para atender a essa demanda.

A perspectiva "mais social" aventada refere-se à doação e subsídio ao consumo de alimentos, caracterizando-se em formas indiretas de distribuição de renda.

Com relação ao item doação de alimentos, por um lado, deverão ser beneficiadas famílias que possuem renda, porém insuficiente, para satisfazer os requerimentos mínimos nutricionais e, por outro, aquelas sem rendimento, portanto sem nenhuma possibilidade de aquisição de alimento via mercado. A concretização dessas duas situações emergenciais poderá se dar pela suplementação alimentar e distribuição de cestas básicas para desempregados, respectivamente.

No que diz respeito ao subsídio à alimentação, restrito às áreas de baixa renda, uma das possibilidades de intervenção

poderia ser a implantação de uma Cadeia Voluntária Total, na qual o Estado cumpriria o papel atacadista, e a comunidade organizada caberia o controle da população beneficiada, assim como dos preços praticados pelos varejistas credenciados.

Outras alternativas de intervenção, tanto a nível de doação como de subsídio, merecem ser estudadas, a exemplo do Programa de Tickets de Alimentos (Food Stamps Program), implantado e consolidado no Estados Unidos desde a década de 30.

Um terceiro nível de recomendações se refere a estudos minuciosos de programas que possam alcançar de forma mais ampla a população de baixa renda. A exemplo disso, sugere-se o estudo de viabilidade técnica, financeira e operacional do Programa de Tickets de Alimentos e das Cadeias Voluntárias Totais, bem como a avaliação de outros programas correlatos.

Ainda dentro dessa perspectiva, deverão ser estudadas novas alternativas vinculadas ao sistema de comercialização varejista, que foram detectadas nas pesquisas:

- a) a Rede SOMAR deve ser objeto de uma análise mais profunda que apresente uma proposta de alcance dos objetivos para os quais foi criada;
- b) as beneficiadoras e farinheiras devem ser estudadas de maneira particular, pois são as principais demandantes de arroz e milho para o consumo humano;
- c) o comportamento das cooperativas, no que diz respeito ao processamento de arroz, milho e feijão, deve ser estudado, tendo em conta sua pouca representatividade como fornecedor desses produtos. É estranho observar que as cooperativas do Paraná não tenham incorporado processos muito simples de industrializa-

ção, mantendo-se apenas como abastecedores de matérias-primas desse setor industrial;

- d) a possibilidade de implantar uma venda atacadista do setor cooperativo em Curitiba merece ser explorada. A importância dos cerealistas que operam na cidade, no fornecimento de feijão aos supermercados e armazéns, cria a possibilidade de uma alternativa para as cooperativas competirem com o atual sistema atacadista urbano, tendo em conta que seus fornecedores são os cerealistas rurais e as próprias cooperativas.

**ANEXO 1 - TABELAS COMPLEMENTARES**

TABELA A.1 - EVOLUÇÃO DO SALÁRIO MÍNIMO REAL, EM NÚMERO ÍNDICE E VALOR, NO BRASIL - 1940 - ABR-1985

ANO	SALÁRIO MÍNIMO REAL ÍNDICE*	SALÁRIO MÍNIMO REAL VALOR EM CR\$**
1940	98,02	479 032,34
1941	89,35	436 658,82
1942	80,22	392 035,95
1943	78,78	385 023,91
1944	83,19	406 542,26
1945	67,03	327 567,05
1946	58,82	287 440,93
1947	44,94	219 623,67
1948	41,61	201 714,78
1949	42,19	206 149,78
1950	39,84	194 707,87
1951	36,80	179 822,67
1952	98,77	479 952,87
1953	81,35	397 558,28
1954	98,88	483 239,83
1955	111,04	542 657,97
1956	112,81	551 302,43
1957	122,65	599 410,08
1958	106,70	518 472,90
1959	119,45	583 744,84
1960	100,30	490 159,89
1961	111,52	541 908,23
1962	100,82	497 588,57
1963	89,51	437 421,21
1964	92,49	451 995,56
1965	89,19	435 865,00
1966	76,03	371 554,08
1967	71,92	351 489,55
1968	70,39	343 988,89
1969	67,73	331 008,76
1970	68,93	336 867,36
1971	65,96	322 368,50
1972	64,78	316 591,50
1973	59,36	290 120,97
1974	54,48	266 252,08
1975	56,91	278 103,40
1976	56,54	276 302,85
1977	58,92	287 931,72
1978	60,70	296 621,43
1979	61,27	299 508,54
1980	61,78	301 911,28
1981	63,34	309 558,26
1982	66,02	322 647,97
1983	56,10	274 171,86
1984	52,04	254 300,58
1985/Abril	34,08	166 560,00

FONTE: DIEESE - Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Sócio-Econômico

\*BASE: 1939 = 100

\*\*Cruzeiros de abril de 1985

TABELA A.2 - EVOLUÇÃO DOS INDICES GERAL DE PREÇO (DISPONIBILIDADE INTERNA)  
E DE PREÇOS POR ATACADO (DISPONIBILIDADE INTERNA - GÊNEROS ALI-  
MENTÍCIOS) NO BRASIL - 1945-84

ANO	IGP/DI*	Δ ANUAL (%)	IPA/DI GEN.ALIMENTÍCIOS*	Δ ANUAL (%)
1945	0,66	-	0,60	-
1946	0,77	16,66	0,65	8,33
1947	0,86	11,69	0,77	18,46
1948	0,92	6,98	0,92	19,48
1949	0,98	6,52	0,97	5,43
1950	1,09	11,22	0,93	(4,12)
1951	1,27	16,51	1,06	13,98
1952	1,42	11,81	1,39	31,13
1953	1,63	14,79	1,65	18,70
1954	2,07	26,99	1,91	15,76
1955	2,41	16,43	2,34	22,51
1956	2,89	19,92	2,83	20,94
1957	3,30	14,19	3,22	13,78
1958	3,73	13,03	3,48	8,07
1959	5,14	37,80	4,97	42,82
1960	6,64	29,18	6,79	36,62
1961	9,10	37,05	9,26	36,38
1962	13,08	43,74	14,90	60,91
1963	24,20	85,01	25,40	70,47
1964	46,10	90,50	46,50	83,07
1965	72,30	56,83	68,40	47,10
1966	99,70	37,90	103,00	50,58
1967	128,00	28,39	129,00	25,24
1968	159,00	24,22	150,00	16,28
1969	192,00	20,75	185,00	23,33
1970	230,00	19,79	228,00	23,24
1971	277,00	20,43	293,00	28,51
1972	324,00	16,97	352,00	20,14
1973	373,00	15,20	406,00	15,34
1974	480,00	28,69	520,00	28,08
1975	613,00	27,71	668,00	28,46
1976	866,00	41,27	986,00	47,60
1977	1 236,04	42,73	1 414,00	43,41
1978	1 713,96	38,67	2 088,48	47,70
1979	2 638,29	53,93	3 290,41	57,55
1980	5 282,76	100,23	7 016,34	113,24
1981	11 088,23	109,89	15 129,96	115,64
1982	21 671,05	95,44	28 413,22	87,79
1983	55 160,65	154,54	88 749,23	212,35
1984	176 854,42	220,62	303 851,98	242,37

FONTES: FGV - Conjuntura Econômica

\*BASE: 1965/67 = 100

TABELA A.4 - CARDÁPIO DE CUSTO MÍNIMO PARA UMA FAMÍLIA MÉDIA (CASAL E TRÊS FILHOS), POR VOLUME, FREQUÊNCIA MENSAL DE CONSUMO E VALOR, SEGUNDO PRODUTOS ALIMENTÍCIOS - FEV/1984

PRODUTO	VOLUME	FREQUÊNCIA EM DIAS	VALOR* (Cr\$)
Leite	1L	30	7 500,00
Acém	450g	10	8 403,50
Frango	500g	30	21 716,10
Ovos	1und	10	729,50
Feljão	200g	30	3 714,60
Pão	500g	30	9 150,00
Arroz	150g	30	2 397,11
Macarrão	400g	30	7 987,80
Alface	400g	30	2 376,72
Couve	150g	30	904,50
Tomate	250g	30	1 911,75
Batata	400g	14	1 722,00
Banana	8und	30	9 858,90
Laranja	5und	30	8 336,00
Acúcar	400g	30	3 651,60
Óleo	266g	30	9 613,19
Margarina	60g	30	3 319,52
Café	50g	30	3 552,95
Cebola	66g	30	557,96
Extrato de tomate	40g	30	1 942,45
Substitutos			
Sardinha**	900g	4	4 691,99
Miúdos e Vísceras	900g	4	4 656,71
Mandioca	400g	8	839,46
Batata doce	400g	8	1 255,20
Ovos (adicional)	5und	4	1 459,00
TOTAL	-	-	122 248,51

FONTE dos Dados Brutos: CODECON - Cardápio de Custo Mínimo

\*Para a determinação do valor da dieta, foram aplicados os preços médios referentes ao mês de fevereiro de 1984, levantados pelo IPARDES para o cálculo do Índice do Custo de Vida - ICV -, em Curitiba

\*\*Para o produto sardinha, foram considerados os preços médios do item pescado, levantados para o ICV - Curitiba

\*\*\*Para os produtos miúdos e vísceras, foram considerados os preços médios dos itens rim e coração de gado levantados para o ICV - Curitiba

TABELA A.3 - NECESSIDADES PROTÉICO-ENERGÉTICAS DIÁRIAS DE UMA FAMÍLIA IDEAL DE CINCO PESSOAS (CASAL E TRÊS FILHOS) - 1972-1980

	CALORIAS (kcal)		PROTEÍNAS (g)	
	NRC	FAO	NRC	FAO
Homem adulto*	3 000	3 000	54	37
Mulher adulta*	2 200	2 200	46	29
Criança de 3 anos	1 360	1 360	23	16
Criança de 8 anos	2 200	2 190	36	25
Adolescente 14 anos	2 900	2 900	44	37
TOTAL	11 660	11 650	203	144**

FONTE: CODECON - Cardápio de Custo Mínimo

OBS.: O requerimento de calorías e proteínas adotado teve como fontes o elaborado pela OMS/FAO, em 1972, e o da National Research Council - NRC -, em 1980

\*Tomou-se como base indivíduo adulto com atividade moderada

\*\*Elevado para 318g = 10% do total calórico/dia (proteínas mistas)

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 CHIODO, Luis. Análisis del papel de las cadenas voluntarias y de las cadenas cooperativas de comerciantes en la distribución de alimentos en la Argentina. Santiago, FAO, 1983. MERC-5.
- 2 CODECON. Divisão de Orientação Alimentar. Cardápio de custo mínimo. São Paulo, 1982.
- 3 FAO. Experiencia latinoamericana en cadenas voluntarias y cadenas cooperativas de comerciantes minoristas de alimentos. Santiago, 1983. 91 p.
- 4 FAO/SÃO PAULO. Secretaria de Agricultura e Abastecimento. Abastecimento no Estado de São Paulo. São Paulo, 1982. 255, 165 p.
- 5 FUNDAÇÃO IBGE. Censo demográfico: famílias e domicílios Brasil 1980. Rio de Janeiro, 1983. v.1, t.6, n.1.
- 6 FUNDAÇÃO IBGE, PELIANO, J.C. Aspectos da distribuição da renda no Brasil: 1960-1980. Brasília, IPEA, 1982. p.3.
- 7 INSTITUTO DE PESQUISA E PLANEJAMENTO URBANO DE CURITIBA. Recuperação urbana das áreas periféricas. Curitiba, 1979. n.p. Projeto Comunidade Urbana para Recuperação Acelerada. CURA.
- 8 IPARDES - FUNDAÇÃO ÉDISON VIEIRA. A compra de alimentos em Curitiba pela população de baixa renda. Curitiba, 1984. 56 f.
- 9 \_\_\_\_\_. Relatório descritivo dos resultados de pesquisa dos principais equipamentos do sistema de comercialização varejista de alimentos em Curitiba. Curitiba, 1985.
- 10 \_\_\_\_\_. Os supermercados da cidade de Curitiba: tipificação, infra-estrutura e operação. Curitiba, 1984. 31 f.
- 11 LIMA, Ricardo. Política de emprego no Brasil: avaliação e sugestões. In: IPARDES-FUNDAÇÃO ÉDISON VIEIRA, ed. Emprego urgente. Curitiba, 1984. p.63-71.
- 12 LINHARES, Maria Yedda Leite & SILVA, Francisco Carlos Teixeira da. História política do abastecimento: 1918-1974. Brasília, BINAGRI, 1979. 240 p. (Estudos sobre o Desenvolvimento Agrícola, 6).
- 13 MELO, Fernando Homem de. O problema alimentar no Brasil: a importância dos desequilíbrios tecnológicos. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1983. 226 p. (Coleção Estudos Brasileiros, 65).

**IPARDES**

fundação édison vieira

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL  
RUA PARAGUASSU, 478 - FONE: 252-3714 - CEP: 80.000 CURITIBA - PARANA