

8770
ESTUDOS E DIRETRIZES
PARA INTERVENÇÃO NA
FEIRA DE SÃO JOAQUIM

ISP-152
v.1
6498

ESTUDOS E DIRETRIZES
PARA INTERVENÇÃO NA
FEIRA DE SÃO JOAQUIM

PREFEITO MUNICIPAL DO SALVADOR

Mario de Mello Kertesz

SECRETÁRIO DE SERVIÇOS PÚBLICOS

Vicente José de Almeida Frederico

DIRETOR DO DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

Fernando Antonio Silva Azevedo (até outubro/80)

Flávio José de Souza

EXCETO PARA O DEPARTAMENTO DE
SERVIÇOS DE SAÚDE

SECRETARIA DE SAÚDE
ESTADO DO RIO DE JANEIRO

DEPARTAMENTO DE DESENVOLVIMENTO DE SERVIÇOS
DE SAÚDE (02/01/60) (02/01/60)
ESTADO DO RIO DE JANEIRO

ISP 152 v.1 e1

PMS / FMLF
BIBLIOTECA

6498 29.10.22

Nº Rec

Data

EQUIPE TÉCNICA

Aécio Pamponet

Célia Regina Bandeira

Hermenilson Carvalho

Irany Oliveira Lessa

Manoel Benedito Bispo Ramos

Maria Cristina Guimarães Urpia

Maria José Muricy

Maria da Piedade Guimarães de Almeida

Pedro Luiz de Ávila de Figueiredo

Selma Borges de Paula

ESTAGIÁRIOS

Ana Lúcia Bastos de Araújo Costa
Isabel Velloso Baptista Diniz Gonçalves
Jarilson Silva Paim
Lí^vcia Maria Giffoni Rocha
Maria Luíza Freitas Amaral
Maria Suzana de Souza Moura

EQUIPE DE CAMPO

Antonio Carlos Conceição

Antonio Carlos Santos

Antonio Luis Ferreira dos Santos

Ademar Antonio Batista

Eduardo Floro C. Mendes

Francisco R. Fonseca Santana

João Mendes de Oliveira Filho

Marco Antonio Dias dos Santos

Maria Isabel Barreto Paranhos

Martha Maria Almeida

Paulo de Tarso Valois Leite

Teresa Maciel

Vera Travassos

CONSULTORIA DE PESQUISA

Iara Normando ~~Tu~~de

TABULAÇÃO DE DADOS

Juvêncio Francisco Mendes Barbosa

DESENHO

Mércia Dione de Souza Barreto

FOTOGRAFIA

Jackson Freitas

DATILOGRAFIA

Cleilda de Brito Ribeiro
Lícia Maria Couto Morais de Oliveira

ESTUDOS E DIRETRIZES

PARA INTERVENÇÃO NA

FEIRA DE SÃO JOAQUIM

SESP
dezembro de 1980

I - INTRODUÇÃO

As maneiras mais habituais de pensar são, geralmente, contrárias ao estudo sistemático e ao compromisso científico. Porisso, em relação aos fenômenos sociais é necessário desconfiar sempre das primeiras impressões e não decidir de acordo com o mero senso comum. Também não se deve fugir ao paradoxo, quando êle é estabelecido pelos fatos, já que quase toda descoberta desconcerta as opiniões correntes.

Explícita ou não, foi esta a proposição básica que orientou a equipe técnica da Secretaria de Serviços Públicos no processo de estudo da Feira de São Joaquim. Julgou-se insuficiente querer intervir na área sem conhecê-la desprovida de concepções, sem observar uma certa atitude mental capaz de conduzir a um grau indispensável de concreticidade e de penetrar, objetivamente, na natureza da Feira.

Apesar disso, não se intentou negar toda a produção teórica já existente sobre São Joaquim. A Feira já era objeto de estudo parcialmente conhecido. Em especial pelo que revelou o Diagnóstico do Órgão Central de Planejamento da Prefeitura do Salvador, sob o ângulo do feirante (Ver anexo I). Foi assumida, pois, a natureza complementar do trabalho. Perseguiu-se também um sentido utilitário, visando respaldar a

intervenção do poder público na área, sem se comprometer, todavia, com o tipo de intervenção que poderia ocorrer. Partiu-se para um trabalho que pudesse oferecer a compreensão e a interpretação do que representa o fenômeno na sua complexidade, globalidade e naquilo que ele tem de mais específico e fundamental. Só após, então, colocou-se o objetivo pragmático, com indicações operativas fundamentadas.

Teve-se em mente ainda a certeza de que estaria em destaque assuntos relativos a diversos setores do conhecimento, requerendo uma postura interdisciplinar para chegar a resultados generalizáveis, passando por etapas mensurativas, explicativas e interpretativas.

A nível de resultados esperados, buscou-se ainda traçar diretrizes gerais de intervenção e afastar todas as dúvidas que afloram ao se pensar em intervir na área, produzindo uma decisão executiva e elevando a responsabilidade técnica. Sob comprovação empírica, perseguiu-se respostas para indagações comuns a todos que pensam a realidade de São Joaquim.

A Feira deve permanecer no local que ocupa hoje? Há prejuízos na sua transferência para outro local? Como relocá-la de forma a preservar o seu caráter popular? Seu melhoramento é questão puramente normativa e de disciplinamento físico-espacial? Comporta na área um grande projeto arquitetônico? É a Feira de São Joaquim realmente o lugar onde se compra mais barato em Salvador? A dificuldade de aplicar impostos e taxas em São Joaquim não seria um fator de barateamento a ser preservado? Esta série de perguntas orientou a linha de estudo e, ao lado do problema central e da hipótese formulados, deu substância à condução deste trabalho.

Assim, o Perfil Sócio-Econômico dos Usuários da Feira de São Joaquim, o Estudo Comparativo de Preços, o Estudo Físico-Urbânico e o Estudo dos Custos de Comercialização dos Produtos Básicos nos Setores Atacadistas, componentes fundamen

tais de todo o trabalho, constituíram os insumos para res
postas ao problema central (HÁ FATORES QUE FAZEM DA FEIRA DE SÃO
JOAQUIM UM CENTRO DE ABASTECIMENTO COM UM SIGNIFICADO SOCIAL MAIOR DO
QUE AS OUTRAS FEIRAS, SUPERMERCADOS E CENTRAIS DE ABASTECIMENTO DE SAL
VADOR?) e à hipótese formulados (A FEIRA, PELA SUA LOCALIZAÇÃO, PE
LOS SEUS MECANISMOS PRÓPRIOS DE COMERCIALIZAÇÃO E PELA SUA ESTRUTURA
FÍSICO-ESPACIAL, QUE SÃO FATORES DE BARATEAMENTO DOS PRODUTOS ALI CO
MERCIALIZADOS, É O MAIOR CENTRO DE ABASTECIMENTO DAS POPULAÇÕES DE BAI
XA RENDA DE SALVADOR).

Finalizando, convém frisar ainda que permanece a possibili
dade de novas incursões teóricas sobre a Feira de São Joaquim. Isto até mesmo como uma consequência do caráter emi
nentemente cumulativo do processo de produção científica, on
de o esforço para explicar questões obscuras conduzem, natura
lmente, à formulação e reformulação de novos problemas a
serem explorados.

II - PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO E SONDAÇÃO DOS
USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

1. ANÁLISE DOS RESULTADOS MAIS SIGNIFICATIVOS

A renda per capita mensal é considerada, aqui, como o indicador mais forte dos níveis de consumo das famílias entrevistadas. Conjugada a variáveis como profissão, local de residência, escolaridade, transporte utilizado para ir à feira e finalidade das compras, pode-se traçar contornos aceitáveis do que se considera uma família de baixa renda. Deste modo, as conclusões extraídas sobre renda não deixam qualquer dúvida de que a amostra de usuários indica ser a Feira de São Joaquim um dinâmico centro de abastecimento das camadas pobres, como se pode constatar pela Tabela I.

Considerando-se Cr\$ 5.000,00 (cinco mil cruzeiros) de renda per capita como indicador de uma família que se situa nos limites da classe média baixa à baixa renda, foram encontradas, aí, cerca de 896 casos, representando 89,6% dos entrevistados. Apenas 10,3% dos usuários declararam renda per capita superior aos Cr\$ 5.000,00 (cinco mil cruzeiros).

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA
FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA I
DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS POR FAIXAS DE
RENDA PER CAPITA MENSAL

RENDA (Cr\$)			FREQUÊNCIA		
			ABSOLUTA	RELATIVA	ACUMULADA
Até		500	44	4,4	4,4
500	—	1000	178	17,8	22,2
1000	—	1500	169	16,9	39,1
1500	—	2000	177	17,7	56,8
2000	—	2500	109	10,9	77,7
2500	—	3000	73	7,3	75,0
3000	—	3500	64	6,4	81,4
3500	—	4000	42	4,2	85,6
4000	—	4500	23	2,3	87,9
4500	—	5000	17	1,7	89,6
Mais	de	5000	103	10,3	99,9
Não declarado			1	0,1	100,0
TOTAL			100,0	100,0	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

Para que não haja qualquer possibilidade de dúvidas, relativas ao poder aquisitivo dos que fazem compras em São Joaquim, pode-se verificar ainda que 22,2% possuem renda, por cabeça, na família, até Cr\$ 1.000,00 (hum mil cruzeiros) mensais, quantia absolutamente insignificante para conferir as mínimas possibilidades de vida sob padrões aceitáveis.

Subindo um pouco mais, sem significar alteração substancial nas possibilidades de consumo, constata-se que, mesmo na faixa de até Cr\$ 3.000,00 (três mil cruzeiros) de renda per capita mensal, estão 75% dos usuários entrevistados, confirmando assim, empiricamente, todos os pressupostos levantados sobre a composição sócio-econômica da população cliente da Feira de São Joaquim.

Seguindo as indicações fornecidas pela renda per capita mensal dos usuários de São Joaquim, a distribuição dos entrevistados por ocupação principal, remunerada ou não, é mais um importante indicador de comprovação da hipótese formulada. A maior parte das pessoas ouvidas tinham, como atividade básica, as tarefas domésticas de donas de casa (32,7%), seguidas de costureiras e lavadeiras, 6,3% e 6,0%, respectivamente. Mas, a informação mais significativa que se pode extrair da relação que se segue é o fato de, num rol de quase cem atividades e profissões, apenas cerca de vinte podem ser consideradas próprias das camadas de renda média. Este dado é ainda mais significativo se considerarmos que, estas atividades e profissões de status social relativamente mais valorizado (professora primária, comerciante, funcionário público, comerciário, industriário, contador, militar, analista químico, artista plástico, marinho mercante, protetico, bancário, fisiooperador, rádio-telegrafista, secretária, enfermeiro, bombeiro e corretor) aparecem com uma frequência quase insignificante - 2,7% a maior incidência observada. Sem ser rigoroso na classificação, é absolutamente seguro admitir que mais de 80% das pessoas entrevistadas ocupam-se de atividades com níveis de remuneração compatíveis com as camadas de baixa renda.

A comprovação do que se afirma acima pode ser vista pela distribuição por ocupação e renda pessoal mensal. Dos usuários ouvidos, 753 declararam ganhar, mensalmente, até Cr\$. 10.350,00 (dez mil, trezentos e cinquenta cruzeiros). Apenas 8 pessoas, das mil entrevistadas, disseram perceber salário acima de Cr\$ 31.000,00 (trinta e um mil cruzeiros) mensais.

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

TABELA II
USUÁRIOS ENTREVISTADOS POR OCUPAÇÃO PRINCIPAL

OCUPAÇÃO	FREQUÊNCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Dona de casa	327	32,7
Costureira	63	6,3
Lavadeira	60	6,0
Vendedora de acarajê	39	3,9
Empregada doméstica	32	3,2
Servente	30	3,0
Ambulante	27	2,7
Professora primária	27	2,7
Estudante	26	2,6
Pedreiro	23	2,3
Quitandeiro	21	2,1
Comerciante	20	2,0
Funcionário público	19	1,9
Aposentado	17	1,7
Motorista	17	1,7
Comerciário	16	1,6
Industriário	14	1,4
Lavrador	13	1,3
Carpinteiro	12	1,2
Auxiliar de Enfermagem	10	1,0

continuação

OCUPAÇÃO	FREQUÊNCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Vigilante	09	0,9
Eletricista	08	0,8
Cabelereira	06	0,6
Padeiro	06	0,6
Operador de guindaste	06	0,6
Cozinheira	06	0,6
Militar	06	0,6
Faxineira	05	0,5
Manicure	05	0,5
Prendas domésticas	05	0,5
Sapateiro	05	0,5
Tecelão	05	0,5
Biscateiro	05	0,5
Contador	04	0,4
Feirante	04	0,4
Ferroviário	04	0,4
Doceira	04	0,4
Ajudante de pedreiro	04	0,4
Analista químico	03	0,3
Artista plástico	03	0,3
Maçariqueiro	03	0,3
Marinheiro mercante	03	0,3
Mecânico	03	0,3
Pintor	03	0,3
Revendedor	03	0,3
Pescador	02	0,2
Protético	02	0,2
Barraqueiro	02	0,2
Operário	02	0,2

continuação

OCUPAÇÃO	FREQUÊNCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Empilhador	02	0,2
Balconista	02	0,2
Porteiro	02	0,2
Jardineiro	02	0,2
Consultora espírita	02	0,2
Bancário	02	0,2
Carregador	02	0,2
Armador	02	0,2
Arrumadeira	02	0,2
Ascensorista	02	0,2
OUTROS		
Auxiliar de disciplina , auxiliar de cozinha, au - xiliar de operador, borda deira, cobrador de ônibus, capoteiro, capoeira , en gomadeira, fisioperador , gari, mãe de santo, monta dor, músico, operador de computador, peixeiro, rá - dio telegrafista, recepcio nista, secretária, enfer - meiro, bombeiro, supervi - sor de segurança, estiva - dor, auxiliar de escritó - rio, corretor, guardador de automóveis, tipógrafo	27	2,7
Não declarado	11	1,1
TOTAL	1.000	100,0

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

USUÁRIOS ENTREVISTADOS POR OCUPAÇÃO E FAIXAS DE
RENDA PESSOAL MENSAL

RENDA MENSAL DO ENTREVISTADO	OCUPAÇÃO	FREQUÊNCIA
Até 6.900,00	Arrumadeira	2
	Ascensorista	2
	Auxiliar de enfermagem	8
	Auxiliar de cozinha	1
	Auxiliar de disciplina	1
	Balconista	2
	Bombeiro	1
	Bordadeira	1
	Carregador	2
	Cobrador de ônibus	1
	Copeira	1
	Corretor	1
	Cozinheira	6
	Doceira	4
	Engomadeira	1
	Faxineira	5
	Feirante I	3
	Gari	1
	Guardador de automóveis	1
	Lavadeiras	60
	Mãe de Santo	1
	Manicure	5
	Músico	1
	Peixeiro	1
	Pescador	2
	Recepcionista	1
	Revendedor	3
	Servente	30
	Tecelão	5
SUBTOTAL		153

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

(continuação)

RENDA MENSAL DO ENTREVISTADO	OCUPAÇÃO	FREQUÊNCIA
Até 10.350,00	Ajudante de pedreiro	4
	Ambulante I	26
	Armador	2
	Auxiliar de escritório	1
	Auxiliar de operador	1
	Biscateiro	5
	Borracheiro	1
	Cabeleireiro	6
	Carpinteiro I	9
	Costureira	63
	Dona de casa I	325
	Empilhador	2
	Empregada doméstica	32
	Enfermeiro	1
	Estivador	1
	Estudante	26
	Ferreiro I	2
	Jardineiro	2
	Lavrador	13
	Maçariqueiro	2
	Operador de computador	1
	Pedreiro I	20
	Prendas domésticas	5
	Professora I	23
	Protético	2
	Porteiro I	1
	Quitandeiro I	18
	Sapateiro	5
	Tipógrafo	1
SUBTOTAL		600

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS
(continuação)

RENDA MENSAL DO ENTREVISTADO	OCUPAÇÃO	FREQUÊNCIA
Até 13.800,00	Auxiliar de enfermagem II	2
	Consultora espírita	2
	Mecânico	3
	Militar I	3
	Montador	1
	Operador de guindaste I	4
	Padeiro	6
	Secretária	1
	Vigilante	9
SUBTOTAL		31
Até 17.250,00	Ambulante II	1
	Capoteiro	1
	Carpinteiro II	2
	Ferroviário	4
	Funcionário Público I	17
	Maçariqueiro	1
	Vendedora de acarajé e outros produtos	39
	Professora II	1
	Quitandeiro	2
SUBTOTAL		57
Até 20.700,00	Análise químico I	2
	Barraqueiro	2
	Contador	4
	Dona de casa II	2
	Feirante II	1
	Industriário	14
	Marinheiro mercante	2
	Motorista	17
	Pedreiro II	3
	Pintor	3
	Supervisor de segurança	1
SUBTOTAL		51

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS
(continuação)

RENDA MENSAL DO ENTREVISTADO	OCUPAÇÃO	FREQUÊNCIA
Até 24.150,00	Aposentado	17
	Bancário	2
	Comerciário I	15
	Eletricista	8
	Ferreiro II	1
	Militar II	1
	Operário	2
	Professora II	1
	Quitandeiro III	1
SUBTOTAL		48
Até 31.000,00	Artista plástico	3
	Carpinteiro III	1
	Comerciário	1
	Comerciante	20
	Funcionário público II	2
	Operador de guindaste II	2
	Rádio-Telegrafista	1
SUBTOTAL		40
Acima de 31.000,00	Analista químico	1
	Fisioperador	1
	Marinheiro mercante	1
	Militar III	2
	Professor III	2
	Porteiro II	1
NÃO DECLARADO		11
TOTAL		1.000

Outra variável fundamental para traçar o perfil dos usuários da Feira é, sem dúvida, o local de residência. Partindo-se da classificação de bairros populares estabelecida pela Coordenação de Desenvolvimento Social-CDS - da Prefeitura Municipal do Salvador, ampliou-se a relação com algumas localidades, caracterizadamente de baixa renda, que extrapolam os limites legais do município de Salvador. Deste modo, obteve-se mais de 85% dos entrevistados (86,4%) residindo nestas localidades. Curiosamente, este resultado é semelhante à distribuição dos usuários que tinham renda per capita até Cr\$ 4.000,00 (quatro mil cruzeiros), cujo percentual encontrado foi 85,6%. (Tabela III)

Apenas 13,5% das pessoas ouvidas moravam em bairros e localidades que não se pode vincular diretamente às camadas de baixa renda. Entretanto, não se pode também excluir delas a possibilidade de existência deste segmento da população. Exemplos dessa situação são bairros de classe média, como Chame-Chame, Bonfim, Costa Azul, Itapagipe e Barris. Neles, é comum a existência de locais habitados por contingentes de baixa renda, a exemplo do Calabar, Roça das Sabinas, Pedra Furada e outras localidades semelhantes.

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JAOQUIM

TABELA III

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS SEGUNDO O LOCAL DE RESIDÊNCIA

LOCALIDADES	FREQUÊNCIA		
	ABSOLUTA	RELATIVA	ACUMULADA
De baixa renda	864	86,4	86,4
De rendas média e alta	135	13,5	99,9
Não declarada	1	0,1	100,0
TOTAL	1000	100,0	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

LOCALIDADES CONSIDERADAS DE CLASSES MÉDIA E ALTA	Nº DE USUÁRIOS ENTREVISTADOS
01. Itapagipe; Ribeira	33
02. Catu; Candeias; Mata de São João	25
03. Barris; Tororó; Nazaré; Santo Antônio; Saúde; Soledade; Lapinha; Carmo	18
04. Camaçari; Dias D'Ávila	15
05. Roma; Luiz Tarquínio; Boa Viagem	11
-06. BAÍA DE TODOS OS SANTOS . Itaparica; Mar Grande; Ilha de Maré; Madre de Deus; Vera Cruz, Encarnação de Salinas; Ilha Amarela	09
07. Rio Vermelho; Ondina; Avenida Garibaldi	07
08. Chame-Chame; Centenário; Graça; Vitória	06
09. Costa Azul; STIEP; Pituba	04
10. Bomfim; Monte Serrat	04
- 11. RECÔNCAVO . Nazaré das Farinhas; São Roque do Paraguassu	03
TOTAL	135

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

LOCALIDADES CONSIDERADAS DE BAIXA RENDA	Nº DE USUÁRIOS ENTREVISTADOS
01. SUBÚRBIOS FERROVIÁRIOS	
. Paripe; Coutos; Periperi; Alto do Cruzeiro; Praia Grande; Plataforma; Itacaranha; Alto de Santa Terezinha; Lobato; Santa Luzia; Alto da Boa Vista; Escada; Avenida Suburbana; São Bartolomeu	174
02. Massaranduba; Jardim Cruzeiro; Uruguai; Bairro do Machado	104
03. São Caetano; Capelinha; Boa Vista; Baixa do Cacau; Alto do Peru; Baixa do Camurugipe; Baixa do Fiscal; Sussunga	58
04. Quintas; Cidade Nova; Caixa D'Água; Queimadinho; Mandchuria; Pau Miúdo; Baixa do Santo Antônio; IAPI; Santa Mônica; Sertanejo; Pero Vaz	43
05. Calçada; Frederico Pontes; Caminho de Areia; Mares; Água de Meninos	47
06. LITORAL NORTE	
São Caetano; Ipitanga; Portão; Lauro de Freitas; Barroquinha; Jauá; Abrantes; Arembepe; Jacuípe; Itacimirim; Aeroporto; Guarajuba	46
07. Fazenda Grande do Retiro; Jaqueira do Carneiro; Bom Juá; Fonte do Capim; Areial do Retiro	37

(continuação)

LOCALIDADES CONSIDERADAS DE BAIXA RENDA	Nº DE USUÁRIOS ENTREVISTADOS
08. Barbalho; Liberdade; Curuzu; Bairro Guarani	36
09. Brotas; Campinas; Alto do Saldanha; Candeal Pequeno; Baixa do Acupe; Bela Vista; Baixa de Campinas, Matatu; Vale do Bonocô	27
10. Narandiba; Cabula; Pernambuco	27
11. Pirajã, Pirajã Velho; Pirajã Novo; Campinas; Cabrito	29
12. Sete de Abril; Castelo Branco; Águas Claras, Nogueira; D. Avelar; Vila Canária; Nova Esperança	24
13. Engomadeira; Beiru; Saboeiro; Barreiro; São Gonçalo; Baixinho de São Gonçalo	20
14. Nordeste de Amaralina; Alto de Santa Cruz; Chapada do Rio Vermelho	20
15. San Martin	17
16. Largo do Tanque	16
17. Mata Escura; Calabetão; Areal de Cima	14
18. Cosme de Farias; Engenho Velho de Brotas	14
19. Federação; Alto das Pombas; Sobradinho; Engenho Velho da Federação; Cardeal da Silva	14

(continuação)

LOCALIDADES CONSIDERADAS DE BAIXA RENDA	Nº DE USUÁRIOS ENTREVISTADOS
20. Pau da Lima; São Marcos; Novo Marotinho; Canabrava	13
21. CIA; Simões Filho	13
22. Aratu; São Tomé; Mapele	07
23. Itapuã; Olhos D'Água; Nova Brasília; Mussurunga	12
24. Vasco da Gama; Fazenda Garcia; Vila América	08
25. Marechal Rondon	07
26. Boca do Rio; Caxundé	06
27. Retiro; Barros Reis	06
28. Régis Pacheco	05
29. Valéria; Palestina	03
30. Engenho Velho da Federação; São Gonçalo	03
31. Sussuarana	02
32. Areia Branca	06
33. OUTROS (Bonocô; Baixa dos Sapateiros; Canta Galo; Cajazeira; Saramandaia; Calabar)	06
TOTAL	864

Segundo o grau de escolaridade declarado, 31,8% dos entrevistados disseram que possuem o primeiro grau incompleto e 85,4% afirmaram possuir o primeiro grau completo. Destes, 12,6% são analfabetos, 13,2% sabem assinar apenas o nome e 13,0% conseguem ler e assinar o nome. A frequência dos que possuem segundo grau e curso superior foi de 13,4% dos entrevistados. Destes, 12,3% declararam ter estudado até o segundo grau. Apenas 1,1% dos entrevistados disseram ter conseguido entrar na universidade e o percentual dos que concluíram o curso superior foi de apenas 0,7%. (Tabela IV)

O perfil de escolaridade dos usuários de São Joaquim é perfeitamente harmonizado aos baixos níveis de renda por cabeça constatados, conduzindo, mais uma vez, à conclusão de que a clientela da Feira é, predominantemente, pobre.

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA IV

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS POR GRAU DE ESCOLARIDADE

RENDA (Cr\$)	FREQUÊNCIA		
	ABSOLUTA	RELATIVA	ACUMULADA
Analfabeto	126	12,6	12,6
Assina o nome	132	13,2	25,8
Sabe ler e assina o nome	130	13,0	38,8
Primeiro grau incompleto	318	31,8	70,6
Primeiro grau completo	148	14,8	85,4
Segundo grau incompleto	54	5,4	90,8
Segundo grau completo	69	6,9	97,7
Superior incompleto	04	0,4	98,1
Superior completo	07	0,7	98,8
Não declarado	12	1,2	100,0
TOTAL	1000	100,0	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

A quase totalidade das pessoas que fazem compras em São Joaquim utilizam ônibus como transporte regular (89,3%). Destas, 84,5% têm no ônibus o único meio de transporte, enquanto 0,2% alternam com o uso do carro próprio; 1,4% usam ônibus ou trem, enquanto 0,3% utilizam ônibus e táxi e 0,2% ônibus e ferry-boat.

Estas combinações de uso de diferentes transportes estão vinculadas diretamente ao local de residência dos usuários e ao volume de mercadorias adquiridas, sem deixar de lado a possibilidade financeira, em alguns casos, mais elástica. Assim é que, entre os residentes do Subúrbio Ferroviário, estão pessoas que tomam ônibus ou trem, pelas facilidades existentes. Os usuários que moram na ilha de Itaparica e adjacências são obrigados a tomar ônibus, até o terminal de Bom Despacho, para daí seguirem em ferry-boat, até S. Joaquim. Houve dois casos de usuários que vinham à Feira de ônibus ou de carro próprio, enquanto 30 entrevistados declararam ir a S. Joaquim de ônibus e retornar de táxi, pelo volume de bagagem que carregam sempre.

Isoladamente, numa proporção consideravelmente inferior à preferência pelo ônibus, o carro próprio para ir à Feira aparece com a maior frequência de usuários (3,8%). Em seguida aparecem as pessoas que não tomam qualquer transporte pa

ra fazer compras em S. Joaquim (3,0%), porque moram a uma distância que podem fazer o percurso a pé. O trem teve a preferência de apenas 1,8% dos entrevistados e o táxi 1,4%. Navio e lancha são meios de transporte sem qualquer significado para quem compra em S. Joaquim (0,1%).

Do ângulo de uma classificação mais geral, a preferência pelo transporte de massa foi de 91,7% dos entrevistados, conferindo assim coerência à conclusão básica do estudo, segundo a qual a Feira é um centro de abastecimento das populações de baixa renda - assertiva constatável por todos os resultados até aqui analisados. (Tabela V)

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA V

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS POR TIPO DE TRANSPORTE
UTILIZADO PARA IR À FEIRA

TRANSPORTE (Cr\$)	FREQUÊNCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Ônibus	845	84,5
Carro próprio	38	3,8
Táxi	14	1,4
Trem	18	1,8
Ferry-boat	4	0,4
Lancha	1	0,1
Navio	1	0,1
Ônibus ou carro próprio	2	0,2
Ônibus e táxi	30	3,0
Ônibus ou trem	14	1,4
Ônibus e ferry-boat	2	0,2
Táxi ou carro próprio	1	0,1
Nenhum	30	3,0
TOTAL	1000	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

A quase totalidade das pessoas que fazem compras em S. Joaquim tem como objetivo o **consumo da própria família**. Mais de 90,0% dos entrevistados (90,4%) alegaram esta finalidade isoladamente. Este percentual atinge 98,6% de usuários que, além desta razão, apontaram também a finalidade da **revenda** em diversos tipos de equipamentos comerciais (barracas, ta buleiros e quitandas, geralmente instalados nos locais de residência). Menos de 10%, entretanto, fazem compras na Fei ra visando **revender os produtos** (9,4%), mesmo considerando-se este objetivo associado ao do **consumo da própria família**. Como finalidade isolada, a **revenda** é o objetivo de apenas 1,2% dos entrevistados. (Tabela VI)

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA VI

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS POR FINALIDADE DAS
COMPRAS QUE REALIZAM NA FEIRA

FINALIDADE	FREQUÊNCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Consumo da família	904	90,4
Consumo da família e revenda	82	8,2
Revenda	12	1,2
Consumo de outra família	1	0,1
Não declarado	1	0,1
TOTAL	1000	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

A distribuição por sexo indicou que 72,9% dos entrevistados são mulheres e 27,1% são homens. (Tabela VII). Com relação à idade, mais de 75,0% dos usuários ouvidos situam-se entre 20 e 50 anos (76,7%), seguidos daqueles que estão entre 51 e 60 anos de idade, num total de 12,7% da amostra considerada. Acima dos 60 anos foram encontrados apenas 6,0% e 3,6% tinham até 19 anos de idade. (Tabela VIII)

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA VII

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS POR SEXO

SEXO	FREQUÊNCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
MASCULINO	271	27,1
FEMININO	729	72,9
TOTAL	1.000	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA VIII

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS POR IDADE

IDADE	FREQUÊNCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Até 19 anos	36	3,6
20 — 30 anos	242	24,2
30 — 40 anos	296	29,6
40 — 50 anos	229	22,9
50 — 60 anos	127	12,7
Mais de 60 anos	60	6,0
Não declarado	10	1,0
TOTAL	1.000	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

Como categoria de análise, a renda mensal do entrevistado é de alcance limitado para as finalidades deste estudo. Não fornece, com segurança, uma visão da composição sócio-econômica dos usuários, por excluir o número de dependentes na família. Mesmo assim, considerando-se que a média de dependentes encontrada foi de 5,8 pessoas por família, conclui-se que 66,6% dos entrevistados que ganham até Cr\$27.000,00 (vinte e sete mil cruzeiros) mensais, aparentemente um rendimento significativo, possuem renda per capita mensal de apenas 4.144,00 (quatro mil, cento e quarenta e quatro cruzeiros).

A análise isolada da Tabela IX demonstra que quase a metade dos entrevistados (47,3%) recebeu menos de Cr\$ 7.000,00 (sete mil cruzeiros) mensais, elevando-se esse percentual para 64,8% dos que ganham até Cr\$ 20.700,00 (vinte mil e setecentos cruzeiros).

Ao contrário do que pode parecer numa observação apressada, a distribuição dos entrevistados por faixas de renda não indica conclusões diferentes do que ficou evidenciado com relação à renda per capita, levando-se em conta, evidentemente, o número de pessoas por família.

A incidência significativa na categoria de não tem renda refere-se aos entrevistados sem ocupação remunerada - na maioria donas de casa.

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA IX

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS POR FAIXAS DE
RENDA PESSOAL MENSAL

RENDA (Cr\$)			FREQUÊNCIA		
			ABSOLUTA	RELATIVA	ACUMULADA
Até		3450	236	23,6	23,6
3450	—	7000	237	23,7	47,3
7000	—	10350	95	9,5	56,8
10350	—	13800	25	2,5	59,3
13800	—	17250	28	2,8	62,1
17250	—	20700	27	2,7	64,8
20700	—	24150	12	1,2	66,0
24150	—	27600	6	0,6	66,6
27600	—	31050	7	0,7	67,3
31050	—	34500	0	0,0	67,3
Mais	de	34500	8	0,8	68,1
Não tem renda			317	31,7	99,8
Não declarado			2	0,2	100,0
TOTAL			1000	100,0	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

Também as inferências a partir da distribuição dos entrevistados por faixas de renda familiar mensal conduzem às mesmas conclusões até aqui extraídas. Se a renda per capita funciona como um indicador mais confiável da condição sócio-econômica da população usuária de São Joaquim, nem por isso se deve desprezar as indicações da renda familiar, segundo as quais 90,3% dos entrevistados possuíam até Cr\$. 25.000,00 (vinte e cinco mil cruzeiros) de renda familiar mensal. Dividindo-se este total pela média de pessoas por família (5,8%), obtém-se menos de Cr\$ 4.500,00 (quatro mil e quinhentos cruzeiros) por cabeça - exatamente Cr\$ 4.310,00 (quatro mil, trezentos e dez cruzeiros). (Tabela X)

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA X

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS POR FAIXAS DE
RENDA FAMILIAR MENSAL

RENDA (Cr\$)			FREQUÊNCIA		
			ABSOLUTA	RELATIVA	ACUMULADA
Menos	de	5000	148	14,8	14,8
5000	—	10000	361	36,1	50,9
10000	—	15000	209	20,9	71,8
15000	—	20000	114	11,4	83,2
20000	—	25000	71	7,1	90,3
25000	—	30000	36	3,6	93,9
30000	—	35000	16	1,6	95,5
35000	—	40000	16	1,6	97,1
40000	—	45000	7	0,7	97,8
45000	—	50000	4	0,4	98,2
Mais	de	50000	15	1,5	99,7
Não se aplica			2	0,2	99,9
Não declarado			1	0,1	100,0
TOTAL			1000	100,0	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

O hábito de comprar em S. Joaquim é suficientemente estratificado para demonstrar que a Feira constitui um fenômeno cuja importância para as camadas de baixa renda ainda não foi devidamente explorada. Mais de 30% dos entrevistados - (30,4%) fazem suas compras desde o tempo em que a Feira era localizada em Água de Meninos - há mais de 15 anos. Dos que disseram ter hábito de fazer compras em São Joaquim, 62,2% estimam que fazem isso há, no mínimo 5 anos. Quase 8,0% fazem compras por lá há menos de um ano.

Estes dados indicam, sobretudo, a existência de uma clientela regular e inteiramente ajustada à estrutura e dinâmica da Feira, malgrado todas as restrições contundentes que, normalmente, são emitidas pelos consumidores de rendas média e alta. (Tabela XI)

A clientela que já está acostumada a comprar em São Joaquim consegue, com clareza, verbalizar as razões das suas preferências e, na sua maioria, indica um fator básico: os preços. Cerca de 76,6% disseram que preferem São Joaquim por que é mais barato. Esta razão, isolada, chegou a constituir resposta de 47,5% das pessoas ouvidas. Ela aparece ainda associada a outros motivos, como proximidade de casa, possibi

lidade de escolher melhor os produtos, pela boa qualidade dos produtos vendidos, por simples hábito, pela facilidade de transporte existente e porque encontram de tudo que procuram na Feira.

Isoladamente ou combinada a outras razões, quase 30,0% dos usuários justificaram suas preferências pelo fato da Feira ter de tudo que se procura. Cerca de 25,6% responderam que lá se pode escolher melhor os produtos e 5,6% apontaram a vantagem de estarem mais perto de casa. (Tabela XII)

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA XI

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS SEGUNDO O TEMPO DE
COMPRA EM SÃO JOAQUIM

PERÍODOS	FREQUÊNCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Até 01 ano	54	5,4
01 → 05 anos	178	17,8
05 → 10 anos	194	19,4
10 → 15 anos	202	20,2
15 → 20 anos	102	10,2
20 → 25 anos	124	12,4
25 → 30 anos	16	1,6
Mais de 30 anos	62	6,2
Não sabe	9	0,9
Não declarado	59	5,9
TOTAL	1000	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA XII

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS SEGUNDO AS RAZÕES DA
PREFERÊNCIA POR SÃO JOAQUIM

RAZÕES	FREQUÊNCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
É mais barato	475	47,5
Tem de tudo	83	8,3
Pode escolher melhor os produtos	59	5,9
É perto de casa	27	2,7
Por hábito	3	0,3
Por facilidade de transporte	2	0,2
Porque não tem feira no bairro	5	0,5
É mais barato e tem de tudo	104	10,4
É mais barato e é perto de casa	12	1,2
É mais barato e pode escolher melhor os produtos	92	9,2
É mais barato e pela qualidade dos produtos	2	0,2
É mais barato e por hábito	4	0,4
É mais barato e pela facilidade de transporte	2	0,2
É perto de casa e pode escolher melhor os produtos	3	0,3
Tem de tudo e pode escolher melhor os produtos	35	3,5
É mais barato, tem de tudo e é perto de casa	8	0,8
É mais barato, tem de tudo e pode escolher melhor os produtos	61	6,1
É mais barato, tem de tudo, é perto de casa e pode escolher melhor os produtos	6	0,6
Outras	11	1,1
Não declarado	6	0,6
TOTAL	1000	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

Dos usuários entrevistados, 63,8% declararam não possuir qualquer dificuldade para fazer compras em São Joaquim. Dos que disseram o contrário (34,7%), a maioria indicou deficiência no transporte coletivo (22,4%). Esta dificuldade é apontada isoladamente (19,9%) ou associada a outras, como sujeira, distância, falta de segurança, congestionamento de pessoas no interior da Feira e razões pessoais (falta de dinheiro, falta de tempo e não ter com quem deixar as crianças em casa).

Apenas 65 usuários (6,5%) queixaram-se da falta de higiene em São Joaquim, sendo que, destes, 3,4% fizeram associando-a a outras razões (transporte, falta de segurança, congestionamento de pessoas e desorganização interna da Feira).

Esta constatação contraria todas as expectativas corriqueiras sobre a opinião e a aceitação que os usuários teriam das condições de higiene e saneamento na área. Conclui-se, portanto, que tais questões incomodam muito mais e assumem uma maior relevância para a clientela de renda mais elevada, cuja exigência de conforto e higiene é, necessariamente,

maior. A população pobre não gosta de sujeira e desconforto, como apressadamente se poderia depreender dos dados coletados. Entretanto, ela não enxerga tais fatores como algo muito diferente dos seus padrões normais de vida. A insalubridade da Feira é componente de uma geografia humana com a qual as camadas carentes já estão suficientemente familializadas.

Outra questão que merece destaque é a falta de segurança na área. Apenas 6 pessoas entrevistadas (0,6%) queixaram-se, embora esta insatisfação esteja presente em todas as considerações das pessoas que não fazem compras na Feira - constatação feita através das entrevistas de qualidade realizadas. A explicação para este fato também não seria admitir que não há motivos para se sentir inseguro na área, mas buscar compreender a situação pelos traços culturais da clientela específica, que consegue conviver e incorporar aos seus padrões de vida, com bastante naturalidade, certa dose de agressividade e violência.

Na categoria de **Outros**, que aparece com uma frequência de 0,8% dos entrevistados, estão incluídas dificuldades que surgiram com um único evento, isoladamente e combinadas entre si (**inexistência de estacionamento para carros particulares, imprecisão no peso das mercadorias, inabilidade dos feirantes no trato com os clientes e falta de segurança**). (Tabela XIII)

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA XIII

DIFICULDADES DECLARADAS PELOS ENTREVISTADOS PARA
COMPRAR EM SÃO JOAQUIM

DIFICULDADES	FREQUÊNCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Nenhuma	638	63,8
Transporte	199	19,9
Sujeira	31	3,1
Razões	18	1,8
Distância	12	1,2
Congestionamento de pessoas	11	1,1
Dificuldade para carregar as compras	7	0,7
Preços elevados dos produtos	6	0,6
Desorganização da Feira	5	0,5
Falta de precisão na pesagem da mercadoria	4	0,4
Transporte e sujeira	13	1,3
Sujeira e desorganização da Feira	10	1,0
Transporte e distância	8	0,8
Transporte e razões pessoais	4	0,4
Sujeira e congestionamento de pessoas	4	0,4
Sujeira e falta de segurança	3	0,3
Transporte, sujeira e congestionamento de pessoas	2	0,2
Transporte, sujeira e falta de segurança	2	0,2
Outras	8	0,8
Não declarado	15	1,5
TOTAL	1000	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

A existência ou não de feira livre nos bairros onde residem os usuários entrevistados é um indicador a mais da força de atração que S. Joaquim exerce sobre a população pobre. Mais de 50,0% das pessoas ouvidas moram em locais que não dispõem de feira (58,5%), contra 40,9% dos que declararam a existência desse tipo de equipamento nos seus bairros. (Tabela XIV)

A seguir, verifica-se que, destes que indicaram haver feira livre nas proximidades do local onde moram, apenas pouco mais da metade (25,5%) disseram que a utilizam (Tabela XV) e apontaram, principalmente, as seguintes razões: próximo de casa (18,4%) e alguma necessidade eventual (4,7%). Tabela XVI)

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA XIV

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS PELA EXISTÊNCIA OU
NÃO DE FEIRA LIVRE NOS BAIRROS ONDE RESIDEM

EXISTÊNCIA	FREQUÊNCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Sim	409	40,9
Não	585	58,5
Não sabe	2	0,2
Não declarado	4	0,4
TOTAL	1.000	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA XV

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS QUE DECLARAM UTILIZAR OU
NÃO A FEIRA DO BAIRRO

UTILIZAÇÃO	FREQUÊNCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Sim	255	25,5
Não	152	15,2
Não possuem feira no bairro	585	58,5
Não declarado	8	0,8
TOTAL	1.000	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA XVI

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS SEGUNDO AS RAZÕES POR QUE UTILIZAM A FEIRA DO BAIRRO

RAZÕES	FREQUÊNCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Porque é mais próximo	184	18,4
Porque é mais barato	1	0,1
Quando há necessidade eventual	47	4,7
Para comprar peixe e carne	1	0,1
Para comprar o que não tem em São Joaquim	1	0,1
Porque é mais próximo e quando há necessidade eventual	10	1,0
Por razões pessoais	3	0,3
Porque é mais próximo e mais barato	6	0,6
Não possuem ou não usam feira no bairro	737	73,7
Não declarado	10	1,0
TOTAL	1000	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

Hortaliças, verduras e legumes são os produtos mais procurados na Feira de São Joaquim, constituindo a preferência de 932 das mil pessoas entrevistadas. Em seguida aparecem as frutas, acompanhadas da farinha e das carnes, com os percentuais de frequência de 81,1%; 80,4%; 78,3% e 76,6%, respectivamente. Os cereais são também produtos que aparecem com um elevado índice de preferência (51,1%), além da procura por aves e ovos, que atinge 41,3% dos entrevistados. (Tabela XVII)

Das pessoas que disseram complementar suas compras fora da Feira de São Joaquim, a maior parte (66,0%) dos entrevistados utiliza, normalmente, o supermercado. A Cesta do Povo é também outro local preferido por 22,7% dos usuários ouvidos. (Tabela XVIII)

Os produtos mais procurados fora de São Joaquim são cereais, açúcar, óleo, laticínios, ovos e produtos de limpeza, massas em geral e café. (Tabela IXX)

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA XVII

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS SEGUNDO A RELAÇÃO DOS
PRODUTOS MAIS COMPRADOS EM SÃO JOAQUIM

PRODUTOS	FREQUÊNCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
01. Hortaliças, verduras e legumes	932	93,2
02. Frutas	811	81,1
03. Farinha	804	80,4
04. Feijão	783	78,3
05. Carnes	766	76,6
06. Cereais	515	51,5
07. Aves e ovos	413	41,3
08. Pescados	398	39,8
09. Laticínios	173	17,3
10. Vestuário	101	10,1
11. Amendoim, dendê, camarão e outros	62	6,2

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA XVIII
DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS SEGUNDO OS LOCAIS ONDE OS
USUÁRIOS DE SÃO JOAQUIM COMPLEMENTAM SUAS COMPRAS

LOCAIS	FREQUÊNCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Supermercado	660	66,0
Cesta do Povo	227	22,7
Mercadinho	74	7,4
Armazém	50	5,0
Venda	25	2,5
Feira do bairro	22	2,2
Quitanda/barraca/banca	17	1,7
Padaria	11	1,1
CEASA	8	0,8
Matadouro	5	0,5
COBAL	3	0,3
Sete Portas	2	0,2
Horta	2	0,2
Açougue	2	0,2
Granja	2	0,2
Verdureiro	1	0,1
Tudo em São Joaquim	41	4,1
Não declarado	78	7,8

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA IXX

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS SEGUNDO A RELAÇÃO DOS PRODUTOS QUE COMPRAM FORA DE SÃO JOAQUIM

PRODUTOS	FREQUÊNCIA	
	ABSOLUTA	RELATIVA
Cereais, açúcar, óleo	597	59,7
Laticínios e ovos	416	41,6
Produtos de limpeza	357	35,7
Massas	233	23,3
Café	226	22,6
Farinha	115	11,5
Carnes, peixes, aves	109	10,9
Produtos de uso pessoal	82	8,2
Enlatados	45	4,5
Frutas e verduras	35	3,5
Temperos	32	3,2
Todos os alimentos, menos frutas e verduras	20	2,0
Bebidas	19	1,9
Todos os produtos	11	1,1
Vestuário	4	0,4
Não compram fora de São Joaquim	43	4,3
Não declarado	107	10,7

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

Os resultados obtidos tornam-se ainda mais coerentes e indcativos no momento em que se consegue cruzar alguns dos indicadores expressivos. O cruzamento das faixas de renda per capita mensal com os locais de residência dos entrevistados (Tabela XX) demonstra claramente que, das pessoas ouvidas com até Cr\$ 3.500,00 (três mil, e quinhentos cruzeiros) de renda per capita mensal, 721 residem em localidades consideradas pobres, contra apenas 92 que moram em bairros admitidos como de classes média e alta, mesmo levando em conta a relatividade dessa última classificação. Há ainda outras ilustrações revelativas: de 44 pessoas que têm renda per capita mensal inferior a Cr\$ 500,00 (quinhentos cruzeiros), 38 delas moram em locais de baixa renda; de 178 pessoas que têm renda per capita mensal entre Cr\$500,00 (quinhentos cruzeiros) e Cr\$ 1.000,00 (hum mil cruzeiros), 152 delas moram em locais de baixa renda; 67,7% dos entrevistados têm renda per capita mensal até Cr\$ 2.500,00 (dois mil e quinhentos cruzeiros) e, destes, 59,8% são moradores de bairros pobres - atestando, irrefutavelmente, que a composição da população usuária de São Joaquim é tipicamente baixa renda.

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA XX

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS POR FAIXAS DE RENDA PER CAPITA MENSAL E LOCAL DE RESIDÊNCIA

RENDAS PER CAPITA MENSAL (Cr\$)			LOCALIDADE							
			DE BAIXA RENDA		DE CLASSES MÉDIA E ALTA		NÃO DECLARADA		TOTAL	
			Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Menos	de	500	38	3,8	06	0,6	0	0,0	44	4,4
500		1000	152	15,2	25	2,5	1	0,1	178	17,8
1000		1500	144	14,4	25	2,5	0	0,0	169	16,9
1500		2000	164	16,4	13	1,3	0	0,0	177	17,7
2000		2500	100	10,0	09	0,9	0	0,0	109	10,9
2500		3000	64	6,4	09	0,9	0	0,0	73	7,3
3000		3500	59	5,9	05	0,5	0	0,0	64	6,4
3500		4000	35	3,5	07	0,7	0	0,0	42	4,2
4000		4500	20	2,0	03	0,3	0	0,0	23	2,3
4500		5000	15	1,5	02	0,2	0	0,0	17	1,7
Acima	de	5000	73	7,3	30	3,0	0	0,0	103	10,3
Não declarado			0	0,0	01	0,1	0	0,0	01	0,1
TOTAL			864	86,4	135	13,5	1	0,1	1000	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

Se o uso do transporte coletivo é indicativo, por si só, da posição sócio-econômica dos usuários, mais elucidativo ainda se torna ao cruzá-lo com a renda per capita mensal. De 44 pessoas com renda até Cr\$ 500,00 (quinhentos cruzeiros), 40 delas vão à Feira de S. Joaquim de ônibus, 2 vão de trem, uma de navio e uma vai a pé. De 178 na faixa de Cr\$ 500,00 (quinhentos cruzeiros) a Cr\$ 1.000,00 (hum mil cruzeiros), 156 utilizam ônibus. De 169 na faixa de Cr\$ 1.000,00 (hum mil cruzeiros) a Cr\$ 1.500,00 (hum mil e quinhentos cruzeiros), 149 preferem ônibus.

A utilização do transporte coletivo permanece elevada em todas as faixas de renda. E mesmo entre aqueles que ganham mais de Cr\$ 5.000,00 (cinco mil cruzeiros) o ônibus aparece como o meio de transporte principal: de 103 pessoas, 65 fazem uso dele. Isto pode significar que os usuários da última faixa estabelecida (mais de Cr\$ 5.000,00) não se distanciam do limite mínimo, aproximando-se, em consequência, dos critérios admitidos para caracterizar o usuário baixa renda (Tabela XXI). Excluído o ônibus, apenas o carro próprio surge com certo destaque de uso, especialmente para os usuários de renda mais elevada. É também relativamente significativa a quantidade de pessoas, sem distinção de renda, que vão à Feira a pé.

Prevalece a declaração da maioria dos usuários de que não encontram qualquer dificuldade para comprar na Feira de S. Joaquim, independente da faixa de renda em que eles estejam enquadrados (Tabela XXI). Daqueles que disseram encontrar dificuldades para fazer suas compras, transporte foi a queixa que predominou em todas as faixas de renda (Tabela XXII). Quanto ao aspecto do tempo de compra relacionado com a distribuição por renda per capita, observa-se, na Tabela XXIII, que há muita gente que passou a fazer feira em S. Joaquim, a partir da sua mudança de Água de Meninos, há 16 anos.

Considerando todas as faixas de renda, a frequência dos que compram em S. Joaquim há menos de 14 anos chega a 62,8% dos entrevistados, embora o restante seja suficientemente indicativo para demonstrar que uma parcela considerável da população usuária vem fazendo da Feira o seu centro principal de abastecimento, durante todo o tempo de suas vidas. O cruzamento de renda com a finalidade das compras também não oferece qualquer revelação nova. O consumo da própria família é a destinação que todos declaram, independente das faixas estabelecidas. (Tabela XXIV)

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA XXI

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS POR RENDA PER CAPITA MENSAL E EXISTÊNCIA DE DIFICULDADES PARA COMPRAR EM SÃO JOAQUIM

RENDA PER CAPITA MENSAL (Cr\$)			EXISTÊNCIA DE DIFICULDADES							
			SIM		NÃO		NÃO DECLARADO		TOTAL	
			Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Até		500	21	2,1	23	2,3	0	0,0	44	4,4
500	—	1000	71	7,1	105	10,5	2	0,2	178	17,8
1000	—	1500	59	5,9	109	10,9	1	0,1	169	16,9
1500	—	2000	58	5,8	119	11,9	0	0,0	177	17,7
2000	—	2500	37	3,7	72	7,2	0	0,0	109	10,9
2500	—	3000	26	2,6	46	4,6	1	0,1	73	7,3
3000	—	3500	16	1,6	46	4,6	2	0,2	64	6,4
3500	—	4000	11	1,1	31	3,1	0	0,0	42	4,2
4000	—	4500	10	1,0	13	1,3	0	0,0	23	2,3
4500	—	5000	5	0,5	12	1,2	0	0,0	17	1,7
Mais	de	5000	30	3,0	71	7,1	2	0,2	103	10,3
Não declarado			0	0,0	1	0,1	0	0,0	1	0,1
TOTAL			344	34,4	648	64,8	8	0,8	1000	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS - DSE

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DE SÃO JOAQUIM

TABELA XXII

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS POR RENDA PER CAPTA MENSAL E DIFICULDADES DECLARADAS PARA COMPRAR EM SÃO JOAQUIM

RENDA PER CAPTA MENSAL (Cr\$)	NENHUMA		TRANSPORTE		SUJEIRA		RAZÕES PESSOAIS		DISTÂNCIA		CONGESTIONAMENTO		DIFICULDADES PARA CARREGAR AS COMPRAS	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
MENOS DE 500	21	2,1	16	1,6	0	0,0	1	0,1	2	0,2	0	0,0	0	0,0
500 + 1000	103	10,3	49	4,9	1	0,1	4	0,4	2	0,2	3	0,3	1	0,1
1000 + 1500	107	10,7	42	4,2	8	0,8	3	0,3	2	0,2	1	0,1	0	0,0
1500 + 2000	119	11,9	33	3,3	5	0,5	3	0,3	1	0,1	0	0,0	0	0,0
2000 + 2500	70	7,0	18	1,8	1	0,1	3	0,3	2	0,2	1	0,1	4	0,4
2500 + 3000	45	4,5	12	1,2	4	0,4	1	0,1	1	0,1	2	0,2	0	0,0
3000 + 3500	46	4,6	9	0,9	0	0,0	1	0,1	1	0,1			1	0,1
3500 + 4000	31	3,1	3	0,3	2	0,2	0	0,0	1	0,1	0	0,0	0	0,0
4000 + 4500	12	1,2	5	0,5	1	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
4500 + 5000	12	1,2	1	0,1	1	0,1	0	0,0	0	0,0	1	0,1	0	0,0
MAIS DE 5000	71	7,1	11	1,1	8	0,8	2	0,2	0	0,0	2	0,2	0	0,0
NÃO DECLARADO	1	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1
TOTAL	638	63,8	199	19,9	31	3,1	18	1,8	12	1,2	11	1,1	7	0,7

DIFICULDADES													
DIFICULDADES PARA CARREGAR AS COMPRAS		PREÇOS ELEVADOS DOS PRODUTOS		DESORGANIZAÇÃO DA FEIRA		FALTA DE PRECISÃO NA PESAGEM DA MERCADORIA		TRANSPORTE E SUJEIRA		SUJEIRA E DESORGANIZAÇÃO DA FEIRA		TRANSPORTE E DISTÂNCIA	
Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	0,1	2	0,2	0	0,0	0	0,0	3	0,3	1	0,1	2	0,2
0	0,0	1	0,1	0	0,0	0	0,0	2	0,2	0	0,0	0	0,0
0	0,0	0	0,0	3	0,3	0	0,0	4	0,4	1	0,1	2	0,2
4	0,4	1	0,1	0	0,0	2	0,2	2	0,2	2	0,2	2	0,2
0	0,0	1	0,1	1	0,1	1	0,1	0	0,0	0	0,0	1	0,1
1	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	0	0,0
0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	0	0,0	0	0,0
0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	2	0,2	1	0,1
0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	2	0,2	1	0,1
0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	0	0,0
1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	0	0,0	1	0,1	0	0,0
7	0,7	6	0,6	5	0,5	4	0,4	13	1,3	10	1,0	8	0,8

TRANSPORTE E DISTÂNCIA		TRANSPORTE E RAZÕES PESSOAIS		SUJEIRA E CONGESTIONAMENTO DE PESSOAS		SUJEIRA E FALTA DE SEGURANÇA		TRANSPORTE, SUJEIRA E CONGESTIONAMENTO DE PESSOAS		TRANSPORTE, SUJEIRA E FALTA DE SEGURANÇA		OUTROS		NÃO DECLARADO		TOTAL	
Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
0	0,0	1	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	1	0,1	44	4,4
2	0,2	0	0,0	2	0,2	1	0,1	0	0,0	0	0,0	1	0,1	3	0,3	178	17,8
0	0,0	1	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,2	169	16,9
2	0,2	0	0,0	1	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,2	3	0,3	177	17,7
2	0,2	0	0,0	1	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	109	10,9
1	0,1	1	0,1	0	0,0	1	0,1	0	0,0	0	0,0	1	0,1	1	0,1	73	7,3
0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	0	0,0	1	0,1	2	0,0	64	6,4
0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	2	0,2	1	0,1	0	0,0	42	4,2
1	0,1	1	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	23	2,3
1	0,1	1	0,1	0	0,0	1	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	17	1,7
0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	3	0,3	103	10,3
0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1
8	0,8	4	0,4	4	0,4	3	0,3	2	0,2	2	0,2	8	0,8	15	1,5	1000	100,0

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS - DSE

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA XXIII

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS POR FAIXAS DE RENDÂ PER CAPITA E TEMPO DE COMPRA EM SÃO JOAQUIM

RENDÂ PER CAPITA MENSAL (Cr\$)		TEMPO QUE COMPRA EM SÃO JOAQUIM (ANOS)									
		MENOS DE 1		1 4		4 9		9 14		14	19
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Até 500		2	0,2	3	0,3	6	0,6	11	1,4	4	0,4
500 —+ 1000		10	1,0	28	2,8	37	3,7	32	3,2	21	2,1
1000 —+ 1500		11	1,1	29	2,9	35	3,5	27	2,7	18	1,8
1500 —+ 2000		7	0,7	32	3,2	32	3,2	40	4,0	11	1,1
2000 —+ 2500		3	0,3	15	1,5	25	2,5	19	1,9	15	1,5
2500 —+ 3000		3	0,3	24	2,4	11	1,1	12	1,2	7	0,7
3000 —+ 3500		4	0,4	14	1,4	9	0,9	13	1,3	12	1,2
3500 —+ 4000		0	0,0	8	0,8	10	1,0	15	1,5	1	0,1
4000 —+ 4500		3	0,3	2	0,2	3	0,3	6	0,6	1	0,1
4500 —+ 5000		3	0,3	5	0,5	4	0,4	2	0,2	1	0,1
Mais de 5000		8	0,8	18	1,8	21	2,1	25	2,5	11	1,1
Não declarado		0	0,0	0	0,0	1	0,1	0	0,0	0	0,0
TOTAL		54	5,4	178	17,8	194	19,4	202	20,2	102	10,2

M SÃO JOAQUIM (ANOS)

14		19		19		24		24		29		ACIMA DE 30	
Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
4	0,4	11	1,1	2	0,2	3	0,3						
21	2,1	25	2,5	2	0,2	14	1,4						
18	1,8	18	1,8	2	0,2	12	1,2						
11	1,1	26	2,6	5	0,5	10	1,0						
15	1,5	16	1,6	3	0,3	7	0,7						
7	0,7	6	0,6	1	0,1	5	0,5						
12	1,2	7	0,7	0	0,0	2	0,2						
1	0,1	2	0,2	0	0,0	1	0,1						
1	0,1	3	0,3	0	0,0	4	0,4						
1	0,1	2	0,2	0	0,0	0	0,0						
11	1,1	8	0,8	1	0,1	4	0,4						
0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0						
102	10,2	124	12,4	16	1,6	62	6,2						

ACIMA DE 30		NÃO SABE		NÃO DECLARADO		TOTAL	
Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
3	0,3	0	0,0	2	0,2	44	4,4
14	1,4	0	0,0	9	0,9	178	17,8
12	1,2	1	0,1	16	1,6	169	16,9
10	1,0	4	0,4	10	1,0	177	17,7
7	0,7	2	0,2	4	0,4	109	10,9
5	0,5	0	0,0	4	0,4	73	7,3
2	0,2	0	0,0	3	0,3	64	6,4
1	0,1	2	0,2	3	0,3	42	4,2
4	0,4	0	0,0	1	0,1	23	2,3
0	0,0	0	0,0	0	0,0	17	1,7
4	0,4	0	0,0	7	0,7	103	10,3
0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1
62	6,2	9	0,9	59	5,9	1000	100,0

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS
 PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA XXIV
 FINALIDADE DAS COMPRAS ADQUIRIDAS NA FEIRA DE SÃO JOAQUIM SEGUNDO FAIXAS DE RENDA PER CAPITA MENSAL

RENDA PER CAPITA MENSAL (Cr\$)		FINALIDADE DAS COMPRAS											
		CONSUMO DA FAMÍLIA		REVENDA		CONSUMO DE OUTRA FAMÍLIA		CONSUMO DA FAMÍLIA REVENDA		NÃO DECLARADO		TOTAL	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Até	500	41	4,1	0	0,0	0	0,0	3	0,3	0	0,0	44	4,4
500	1000	157	15,7	2	0,2	1	0,1	18	1,8	0	0,0	178	17,8
1000	1500	149	14,9	1	0,1	0	0,0	19	1,9	0	0,0	169	16,9
1500	2000	161	16,1	2	0,2	0	0,0	14	1,4	0	0,0	177	17,7
2000	2500	99	9,9	0	0,0	0	0,0	10	1,0	0	0,0	109	10,9
2500	3000	67	6,7	1	0,1	0	0,0	5	0,5	0	0,0	73	7,3
3000	3500	60	6,0	0	0,0	0	0,0	4	0,4	0	0,0	64	6,4
3500	4000	38	3,8	1	0,1	0	0,0	3	0,3	0	0,0	42	4,2
4000	4500	20	2,0	0	0,0	0	0,0	3	0,3	0	0,0	23	2,3
4500	5000	15	1,5	0	0,0	0	0,0	2	0,2	0	0,0	17	1,7
Acima de	5000	96	9,6	5	0,5	0	0,0	1	0,1	1	0,1	103	10,3
Não declarado		1	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1
TOTAL		904	90,4	12	1,2	1	0,1	82	8,2	1	0,1	1000	100,0

FONTE: Levantamento de campo - julho/outubro/1980

Passando-se de renda per capita mensal para grau de escolaridade dos usuários entrevistados, como variável independente, observa-se que os resultados permanecem com indicações idênticas. Cruzando escolaridade com transporte utilizado para ir à Feira, o ônibus continua sendo preferido por todos, exceto para aqueles que disseram possuir o curso superior completo (Tabela XXV). Quanto à finalidade das compras, o consumo da própria família é o objetivo da maioria, em todos os níveis de escolaridade. (Tabela XXVI)

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS - DSE

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA XXVI

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS POR GRAU DE ESCOLARIDADE E FINALIDADE DAS COMPRAS

ESCOLARIDADE	FINALIDADE DAS COMPRAS							
	CONSUMO DA FAMÍLIA		REVENDA		CONSUMO DE OUTRA FAMÍLIA		CONSUMO DA FAMÍLIA E REVENDA	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
ANALFABETO	107	10,7	3	0,3	0	0,0	16	1,6
ASSINA O NOME	116	11,6	1	0,1	0	0,0	15	1,5
SABE LER E ASSINA O NOME	106	10,6	2	0,2	0	0,0	22	2,2
PRIMEIRO GRAU INCOMPLETO	294	29,4	5	0,5	0	0,0	19	1,9
PRIMEIRO GRAU COMPLETO	143	14,3	0	0,0	1	0,1	4	0,4
SEGUNDO GRAU INCOMPLETO	52	5,2	0	0,0	0	0,0	2	0,2
SEGUNDO GRAU COMPLETO	66	6,6	0	0,0	0	0,0	2	0,2
SUPERIOR INCOMPLETO	3	0,3	1	0,1	0	0,0	0	0,0
SUPERIOR COMPLETO	6	0,6	0	0,0	0	0,0	1	0,1
NÃO DECLARADO	11	1,1	0	0,0	0	0,0	1	0,1
TOTAL	904	90,4	12	1,2	1	0,1	82	8,2

FONTE: Levantamento de Campo - julho/outubro/1980

FINALIDADE DAS COMPRAS

CONSUMO DE OUTRA FAMÍLIA		CONSUMO DA FAMÍLIA E REVENDA		NÃO DE LARADO		TOTAL	
Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
0	0,0	16	1,6	0	0,0	126	12,6
0	0,0	15	1,5	0	0,0	132	13,2
0	0,0	22	2,2	0	0,0	130	13,0
0	0,0	19	1,9	0	0,0	318	31,8
1	0,1	4	0,4	0	0,0	148	14,8
0	0,0	2	0,2	0	0,0	54	5,4
0	0,0	2	0,2	1	0,1	69	6,9
0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	0,4
0	0,0	1	0,1	0	0,0	7	0,7
0	0,0	1	0,1	0	0,0	12	1,2
1	0,1	82	8,2	1	0,1	1000	100,0

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS - DSE

PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS USUÁRIOS DA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

TABELA XXV

DISTRIBUIÇÃO DOS ENTREVISTADOS POR GRAU DE ESCOLARIDADE E TIPO DE TRANSPORTE UTILIZADO

ESCOLARIDADE	ÔNIBUS		CARRO PRÓPRIO		TÁXI		TIEM	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
ANALFABETO	116	11,6	01	0,1	0	0,0	02	0,2
ASSINA O NOME	123	12,3	0	0,0	0	0,0	04	0,4
SABE LER E ASSINAR O NOME	108	10,8	02	0,2	02	0,2	04	0,4
PRIMEIRO GRAU INCOMPLETO	268	26,8	06	0,6	05	0,5	05	0,5
PRIMEIRO GRAU COMPLETO	130	13,0	06	0,6	01	0,1	01	0,1
SEGUNDO GRAU INCOMPLETO	45	4,5	03	0,3	01	0,1	01	0,1
SEGUNDO GRAU COMPLETO	42	4,2	13	1,3	04	0,4	0	0,0
SUPERIOR INCOMPLETO	02	0,2	01	0,1	01	0,1	0	0,0
SUPERIOR COMPLETO	02	0,2	04	0,4	0	0,0	0	0,0
NÃO DECLARADO	09	0,9	02	0,2	0	0,0	01	0,1
TOTAL	845	84,5	38	3,8	14	1,4	18	1,8

FONTE: Levantamento de Campo - julho/outubro/1980

TRANSPORTE UTILIZADO										
TI-EM		ÔNIBUS E TÁXI		TÁXI OU CARRO PRÓPRIO		FERRY-BOAT		LANCHA		
Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
02	0,2	02	0,2	0	0,0	02	0,2	0	0,0	
04	0,4	01	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	
04	0,4	03	0,3	0	0,0	01	0,1	0	0,0	
05	0,5	12	1,2	01	0,1	01	0,1	01	0,1	
01	0,1	05	0,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	
01	0,1	02	0,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	
0	0,0	05	0,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	
0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	
0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	
01	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	
13	1,8	30	3,0	01	0,1	04	0,4	01	0,1	

LANCHA		ÔNIBUS E TREM		ÔNIBUS E FERRY-BOAT		ÔNIBUS E CARRO PRÓPRIO		NAVIO DA BAIANA		NENHUM		TOTAL	
Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	03	0,3	126	12,6
0	0,0	02	0,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	02	0,2	132	13,2
0	0,0	06	0,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	04	0,4	130	13,0
01	0,1	04	0,4	02	0,2	0	0,0	01	0,1	12	1,2	318	31,8
0	0,0	01	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	04	0,4	148	14,8
0	0,0	01	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	01	0,1	54	5,4
0	0,0	0	0,0	0	0,0	01	0,1	0	0,0	04	0,4	69	6,9
0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	04	0,4
0	0,0	0	0,0	0	0,0	01	0,1	0	0,0	0	0,0	07	0,7
0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,1	0	0,0	0	0,0	12	1,2
01	0,1	04	1,4	02	0,2	02	0,2	01	0,1	30	3,0	1000	100,0

III - ESTUDO COMPARATIVO DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS BÁ- SICOS DOS SETORES ATACADISTAS NA FEIRA DE SÃO JOAQUIM

1. INTRODUÇÃO

O presente estudo objetiva avaliar o desempenho do comércio atacadista da Feira de S. Joaquim, no que respeita à agregação de custos aos preços de venda de alguns produtos alimentares básicos (que convencionou-se chamar Cesta Básica) ao setor varejista, tomando-se como parâmetro o desempenho do comércio atacadista da CEASA. Admitiu-se, nesta linha de raciocínio, que o nível de eficiência de um determinado sistema de comercialização é função do maior ou menor sobrecusto gerado pelos mecanismos que utilize nos preços de venda ao consumidor, o que irá determinar, em última instância, o barateamento ou encarecimento dos produtos.

Trata-se, portanto, de um trabalho de análise vinculado ao Estudo Comparativo de Preços, buscando explicar, ainda que em parte, a conjuntura de preços revelada pelo mencionado Estudo em S. Joaquim e nos equipamentos de abastecimento aos quais o mesmo se reporta.

A escolha da CEASA como parâmetro de avaliação deveu-se ao fato da mesma, comprovadamente, constituir a grande unidade atacadista abastecedora de hortifrutigranjeiros das feiras, centrais de abastecimento e supermercados de Salvador.

Naturalmente, as respostas objetivadas se evidenciariam bem mais precisas se o presente estudo avançasse até o comércio varejista e o comportamento dos preços em função da gama de variáveis que os determinam. Tal enfoque, porém, ensejando maior fôlego ao trabalho, esbarraria nas limitações de prazo e de recursos e num universo de estudo muito mais complexo.

Note-se, não obstante, que São Joaquim e CEASA são dois subsistemas de comercialização com características bem distintas. A CEASA, mercado atacadista integrante do Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento e destinada a centralizar (amparada em dispositivo legal) o comércio de produtos hortigranjeiros no atacado, tem as seguintes funções básicas:

- a) informação e orientação do mercado;
- b) redução dos custos diretos de comercialização ao nível de atacado;
- c) melhoria do comércio e do sistema de distribuição dos produtos nos centros urbanos;
- d) eliminação de intermediários desnecessários;
- e) redução de flutuações especulativas no mercado;
- f) introdução de melhores padrões de comercialização.

Trata-se, portanto, de um mercado institucionalizado, formal, em contraposição ao mercado informal e paralelo, que sob determinados aspectos (sonegação fiscal, comercialização direta de hortigranjeiros sem intermediação da CEASA, etc), caracteriza São Joaquim.

Não obstante a nítida especialização da CEASA no comércio atacadista de hortifrutigranjeiros, constata-se, embora em menor escala, a presença de uma série de outros produtos, o que possibilita, ainda que em parte, a comparação dos custos

de comercialização da Cesta Básica. São comparáveis os custos de comercialização dos seguintes produtos: tomate, arroz, feijão, laranja e banana.

No que diz respeito ao atacado de São Joaquim, este coexiste com o varejo na comercialização de todos os produtos incluídos na Cesta Básica, à exceção da carne verde e do tomate.

Vale ressaltar que o comércio atacadista de hortigranjeiros em S. Joaquim perde em volume de comercialização para o da CEASA, enquanto que o atacado de cereais mostra-se sensivelmente superior. Trata-se, entretanto, de uma constatação fruto de observações pessoais, formulada a partir das entrevistas junto ao comércio atacadista, já que a inexistência de dados estatísticos relativos ao volume de comercialização de produtos em S. Joaquim impossibilita uma comparação da participação dos dois equipamentos no abastecimento alimentar de Salvador. Tal comparação deverá, pois, circunscrever-se, forçosamente, aos custos agregados ao preço de cada um desses produtos no percurso produtor-atacadista.

2. METODOLOGIA

Para efeito de comparação dos custos de comercialização procurou-se identificar unidades comerciais que melhor caracterizassem o universo atacadista específico de cada produto, não só em termos de faturamento como de quantidade comercializada, trabalhando com produto de qualidade similar.

Quanto à origem do produto adquirido, admitiu-se que variasse entre os estabelecimentos comparados, na medida em que a procedência mais ou menos favorável poderia estar refletindo o maior ou menor eficiência da unidade comercial, pelo reflexo direto que exerce sobre os custos de comercialização.

Exemplo: o produto de uma região X, quer pela distância a que esteja de Salvador ou pela conjuntura de preços local, pode ser adquirido a custos bem mais vantajosos que o produto da região Y, mais distante e de preço mais elevado. Comparados os custos de comercialização dessas unidades, inferir-se-á, pela maior frequência ou representatividade das mesmas nos dois equipamentos de abastecimento, aquele que atenda mais aos interesses da população, possibilitando a oferta dos produtos mais favoráveis.

3. CONSTRUÇÃO DO INSTRUMENTO DE INVESTIGAÇÃO

Inicialmente, buscou-se identificar os custos incidentes no percurso do produto do produtor ao atacadista, ponto de partida para a construção de um roteiro de entrevista, categorizados conforme sua natureza.

A opção por um instrumento de coleta mais flexível justifica-se pela diversidade de custos e mecanismos de comercialização específicos de cada produto. A seguir o roteiro foi testado e adequado ao universo objeto de estudo.

Foram identificados os seguintes custos incidentes nas cadeias de comercialização dos produtos atualizados:

Transporte

ICM

Beneficiamento do Produto

Perdas

Custo de colocação do produto na Feira ou CEASA
(estiva)

Custos operacionais aluguel
 mão-de-obra

Como os estabelecimentos atacadistas operam geralmente com mais de um produto, calculou-se o percentual dos custos ope

racionais sobre o faturamento total mensal. Aplicado esse percentual sobre o preço de aquisição do produto, obter-se-á o custo operacional por unidade de compra.

Buscou-se também identificar o local de procedência de cada produto, o preço de aquisição e a quantidade média adquirida em cada lote de compra (geralmente a capacidade de carga de um caminhão), a sua qualidade, o volume de comercialização mensal, tendo em vista o estabelecimento de comparações realmente significativas.

4. DELIMITAÇÃO DO UNIVERSO

O universo do estudo é o comércio atacadista da Feira de São Joaquim e CEASA, que opera com os produtos da Cesta Básica. Foram relacionados todos os estabelecimentos atacadistas que comercializam esses produtos, como o universo não se revelou demasiado amplo, tornou-se desnecessária a utilização da técnica de amostragem.

5. A INCIDÊNCIA DE CUSTOS NA COMERCIALIZAÇÃO DA BANANA NO ATACADO DE SÃO JOAQUIM E CEASA

Aspectos Gerais

A banana que abastece Salvador procede da região cacauera do Estado, onde a bananeira é utilizada para efeito de sombreamento das plantações de cacau. A cadeia de comercialização produtor-atacadista é um tanto complexa, já que o produto pode passar por mais de um intermediário - na própria região de produção. Ocorrem casos em que o próprio capataz da fazenda atua como intermediário na venda ao atacadista ou situações em que a fruta é adquirida de um intermediário sediado na cidade que polarize a região. Ocorre também a aquisição da banana diretamente do estabelecimento produtor.

O produto é escoado nas fazendas de cacau até a cidade próxima, em veículos de pequena capacidade de carga (geralmente caminhonetas), os únicos aptos a transitar no precário sistema viário que dá acesso a essas regiões. De modo geral, a produção de uma única fazenda não é suficiente para completar a carga de um caminhão (1.000 cachos, em média) e em consequência disso as compras muitas vezes são efetuadas em mais de um estabelecimento agrícola, o que onera ainda mais o custo de transporte. *

O frete da banana procedente do sul do Estado, à época da execução dos levantamentos, oscilava em torno de Cr\$ 12.000,00. O cacho da banana era adquirido ao preço de Cr\$ 45,00.

O tamanho da banana varia num mesmo cacho. As pencas de bananas maiores situam-se na parte superior do cacho, diminuindo gradativamente de tamanho à medida em que se aproximam de sua extremidade.

Chegando aos estabelecimentos atacadistas, a banana é classificada conforme o seu tamanho em dois ou três tipos, aos quais são atribuídos preços específicos.

As perdas são relativamente altas e variam possivelmente em função do beneficiamento que o produto venha a receber e também do estado de maturação da fruta no momento da aquisição.

A banana da CEASA é climatizada, isto é, o seu amadurecimento é controlado em câmaras de gás etileno, processo sofisticado e bem mais eficiente, se comparado àquele utilizado pelos varejistas de São Joaquim, que aceleram a maturação da fruta através da utilização do carbureto.

5.1 A Banana no Comércio Atacadista da CEASA

Operam na CEASA um grande atacadista de banana e dois de porte intermediário, o primeiro deles comercializando mais de 22.000 cachos mensalmente.

Esse grande atacadista dispõe de equipamento de climatização da banana, beneficiando o seu produto e o de outros atacadistas a um custo de Cr\$ 4,00 por cacho.

Fornecia cerca de sete toneladas diárias de banana de 2ª para a rede de supermercados Paes Mendonça, ao preço de Cr\$ 4,50 por Kg, o que correspondia a mais de 80% do seu montante de vendas. Nesta mesma época esse produto era vendido nos supermercados ao preço de Cr\$ 13,50 por Kg. O custo da mão-de-obra é relativamente alto, bem como o aluguel das instalações físicas. Não há incidência de custos (estiva) para a descarga dos caminhões, que é feita pela mão-de-obra vinculada à própria unidade atacadista. As perdas são relativamente reduzidas, se se levar em consideração a perecibilidade da banana.

5.2 A Banana no Comércio Atacadista de São Joaquim

Existem oito atacadistas no comércio da banana na Feira de São Joaquim, um deles com um volume de comercialização bastante expressivo (16.000 cachos p/mês), outros dois de porte intermediário, comercializando em torno de 5.000 cachos

cada um, e os restantes com um montante de vendas que não ultrapassa dois mil cachos p/mês.

Todos eles operam simultaneamente no atacado e no varejo, com predominância da primeira modalidade de comércio.

Cerca de 80% do produto comercializado é absorvido pelo se tor varejista de São Joaquim, sendo o restante canalizado para o varejo externo e consumidores finais.

A mão-de-obra utilizada pelas unidades atacadistas é bastan te reduzida. O produto tão logo ingressa na Feira é distri buído para o setor varejista, permanecendo no estabelecimento apenas o produto destinado ao varejo externo e ao consumidor final, afastando assim a necessidade de maior espaço para estocagem da banana. As perdas foram estimadas em tor no de 5%, o que leva a presumir que sejam mais elevadas no varejo.

5.3 Notas explicativas à Tabela I

A estrutura de custos de comercialização da banana no ataca do em S. Joaquim, se comparada a da CEASA, não é suficiente para explicar o fato de seus preços se apresentarem equili brados. Evidentemente os custos de comercialização no ata cado constituem apenas uma entre outras variáveis a influir na formação dos seus preços.

Acerca disto se pode afirmar que os grandes compradores de banana no atacado preferem adquirir o produto na CEASA. Es

te se trata de um comércio bem mais sólido e organizado que o de São Joaquim, suficientemente capitalizado e em condições de fornecer o produto com uma regularidade que o atacadista de São Joaquim provavelmente não lograria atingir. O controle de maturação da fruta desenvolvido na CEASA pode constituir também num outro fator que induza os grandes varejistas a adquirirem a banana na CEASA.

Já os atacadistas de São Joaquim dispõem, por seu lado, de um pequeno capital de giro, que lhes permite financiar as compras por um período não superior a 15 dias. Em geral são pessoas físicas ou firmas individuais, instaladas de forma precária no próprio box de estocagem das frutas, não dispondo sequer de um aparelho telefônico que facilite o contacto entre cliente e atacadista.

Estes são os fatores que poderiam assegurar uma procura mais estável ao produto da CEASA, sobrepondo-se mesmo a estrutura de custos mais favorável de São Joaquim, principalmente se considerado o custo de transporte do produto CEASA/SALVADOR.

6. A INCIDÊNCIA DE CUSTOS NA COMERCIALIZAÇÃO DO FEIJÃO NO ATACADO EM SÃO JOAQUIM E NA CEASA

6.1 Aspectos Gerais da Comercialização do Feijão

O feijão consumido em Salvador, a depender dos períodos de safra, é procedente de São Paulo, Minas Gerais e Irecê, no interior do Estado. A Bahia exporta feijão nos dois primeiros meses do ano, supre o seu consumo interno durante o 1º semestre e passa a importar feijão do sul do País a partir do 2º semestre. A variedade de maior comercialização é o feijão mulatinho.

O produto é adquirido no sul do País em cooperativas ou estabelecimentos atacadistas e transportado para Salvador por via rodoviária. É objeto de tributação, incidindo sobre ele o ICM (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias). O produtor (ou atacadista) de Minas Gerais ou São Paulo recolhe uma alíquota interestadual de 11% sobre uma pauta estabelecida pela Secretaria da Fazenda, à época, de Cr\$ 1.800,00. O atacadista de Salvador recolhe a diferença entre a alíquota estadual (que é de 16%) e a alíquota interestadual, com um reajuste em torno de 20%, reajuste esse que corresponderia a sua margem de lucro.

O sistema de pautas estabelecido pela Secretaria da Fazenda implica num tratamento fiscal preferencial dispensado a alguns produtos, no sentido de minimizar os seus custos de comercialização, já que as pautas estão sempre aquém do preço de mercado desses produtos.

As perdas na comercialização do feijão são insignificantes e como tal não devem ser consideradas.

6.2 O Feijão no Comércio Atacadista de São Joaquim

São Joaquim é o grande centro atacadista do feijão em Salvador, alimentando todos os subsistemas de abastecimento varejista, à exceção dos supermercados. O produto é comercializado através de oito estabelecimentos atacadistas, juntamente com arroz, farinha de mandioca, xarque, toucinho e óleos comestíveis, entre outros. Uma observação colhida junto ao varejo do feijão atribui ao número expressivo de atacadistas em São Joaquim um efeito regulador dos preços, em função da acirrada concorrência existente entre os mesmos. Existe um grande atacadista do produto, cujo movimento mensal de vendas ultrapassava os Cr\$ 22.000.000,00, quatro atacadistas de porte intermediário, com um faturamento mensal em torno de Cr\$ 3.000.000,00 a 4.000.000,00, e os demais pequenos comerciantes.

O produto chega à Feira acondicionado em sacos de 50 Kg, a um custo de frete p/saco de Cr\$ 100,00. É descarregado a um custo de Cr\$ 2,25 por saco e em seguida estocado no próprio estabelecimento comercial. A rotatividade dos estoques é provavelmente elevada, tendo em vista o relativamente reduzido espaço disponível para estocagem, tomando-se como base o volume de comercialização desses atacadistas.

É importante ressaltar que o ICM tem como fato gerador transação comercial envolvendo determinado produto, podendo incidir sobre o mesmo uma ou mais vezes na sua cadeia de comercialização. Deveria, por conseguinte, incidir sobre operações entre atacadistas e varejistas de São Joaquim, o que não costuma ocorrer em função da coexistência destas duas modalidades de comércio num mesmo espaço físico, dificultando o controle fiscal, ou talvez de uma certa complacência do próprio fisco.

Os custos operacionais do comércio atacadista de São Joaquim são relativamente baixos (aluguel e mão-de-obra) e variam muito pouco do atacadista intermediário para o grande atacadista, o que permite inferir a ocorrência de economias de escala.

6.3 O Feijão no Comércio Atacadista da CEASA

O feijão é comercializado em pequena escala pelas unidades atacadistas da CEASA, as quais não conseguem penetrar no mercado do produto em Salvador.

Essa dificuldade de acesso é determinada basicamente pela reincidência do ICM (Cr\$ 20,00/saca CEASA/Salvador, à época do levantar ato) e pelo custo de transporte do produto para as unidades varejistas da Cidade. Esse comércio atacadista abastece quase que exclusivamente a faixa de mercado consi-

tuída pelos municípios da Região Metropolitana do Salvador. Essas unidades atacadistas operam com uma linha de produtos bastante semelhante à das unidades atacadistas de São Joaquim, diferindo apenas pela participação dos hortifrutigranjeiros.

O feijão comercializado tem a mesma procedência e padrão de qualidade do produto comercializado em São Joaquim. O faturamento médio dessas unidades aproxima-se bastante do das unidades cerealistas de porte intermediário da Feira.

Os custos operacionais das unidades atacadistas da CEASA são relativamente altos, se comparados aos dos estabelecimentos de São Joaquim.

6.4 Notas explicativas à Tabela II

Uma análise comparativa que se detenha apenas nas estruturas de custo de comercialização no atacado de São Joaquim e da CEASA não deixará transparecer a situação privilegiada desfrutada pelo atacadista de São Joaquim. Esta se evidencia na medida em que se agregue o ICM pago pelo varejista (o que não ocorre em São Joaquim) e o elevado custo de transporte do feijão da CEASA para as unidades varejistas de Salvador.

7. A INCIDÊNCIA DE CUSTOS NA COMERCIALIZAÇÃO DA LARANJA NO ATACADO EM SÃO JOAQUIM E NA CEASA

7.1 Aspectos Gerais da Comercialização da Laranja

O grande centro produtor da laranja que abastece Salvador é o município de Cruz das Almas. O predomínio é da variedade pera (cerca de 70%) a qual, além de mais resistente, presta-

se melhor à utilização em suco que as variedades Bahia e Baianinha, que preenchem os restantes 30%, estas últimas mais comercializadas no período junino.

É importante ressaltar, ainda no que diz respeito a laranja da variedade pera, que a mesma tem uma produção por pé três vezes superior que a das outras variedades.

A laranja procedente da região citrícola de Sergipe abastece o comércio no momento em que o produto escasseia em Cruz das Almas. Evidentemente os custos de transporte são mais elevados em função da distância daquela região em relação a Salvador.

As perdas ocorrem em função de uma série de fatores, desde a modalidade da colheita (a fruta não pode entrar em contacto com o solo) fatores climáticos, como a ocorrência de chuva nesse período, até a própria conjuntura de mercado, quando ocorre retração da procura ou excesso de oferta e o produto deteriora ainda em mãos do atacadista. Estas perdas podem ser estimadas em 10%.

O beneficiamento da laranja pode contribuir, num certo grau, para diminuir a perecibilidade do produto. Através desse processo a fruta é lavada, escovada e classificada por tamanho. Esse beneficiamento é realizado na CEASA a um custo que gira em torno de Cr\$ 1.000,00 por caminhão. Quando o produto é procedente de Sergipe, o beneficiamento é feito na região de produção. O preço de venda da fruta ao varejista varia de acordo com a sua classificação.

O transporte da laranja é feito por via rodoviária, em caminhões cuja capacidade média de carga é de 60.000 frutas, com o frete em torno de Cr\$ 12.000,00 (procedência Cruz das Almas).

7.2 A Incidência de Custos na Comercialização da Laranja no Atacado em São Joaquim

A laranja é comercializada no atacado em S. Joaquim através de pequenas unidades comerciais que operam simultaneamente no atacado e no varejo, sem muita regularidade. Existe apenas um grande atacadista em São Joaquim, que comercializa mensalmente cerca de dois milhões de frutas e que também é atacadista na CEASA, onde dispõe de uma máquina de beneficiamento da laranja, beneficiando o seu próprio produto e o de outros atacadistas. Cerca de 80% da laranja comercializada por esse atacadista é canalizada para S. Joaquim, ficando os restantes 20% na CEASA. A sua laranja é em grande parte procedente de Cruz das Almas, onde dispõe de fornecedores regulares.

Essa escala da laranja na CEASA para execução do beneficiamento não onera em grande monta o custo de transporte para S. Joaquim, já que o processamento é rápido, não implicando em duplo frete. O custo do beneficiamento de um caminhão de laranja oscila em torno de Cr\$ 1.000,00.

Setenta por cento do produto comercializado em São Joaquim por esse estabelecimento atacadista é absorvido pelo varejo interno da feira e o restante é canalizado para o varejo externo e consumidores finais da própria Feira. Chegando a São Joaquim, o produto é descarregado a um custo médio de Cr\$ 920,00 por caminhão e em seguida é feita a contagem das frutas, a um custo de Cr\$ 1.000,00. Grande parte do produto é distribuído no setor varejista, que se encarrega de transportá-lo até as suas unidades comerciais.

Os custos operacionais do varejo atacadista de S. Joaquim são extremamente baixos, tanto em função do aluguel dos boxes quanto do custo da mão-de-obra, que é bastante reduzida, em grande parte reflexo do mecanismo de distribuição da laranja na feira.

7.3 A Incidência de Custos na Comercialização da Laranja no Atacado da CEASA

A principal característica do comércio atacadista da laranja da CEASA é o fato de que as suas principais unidades comerciais integram as grandes fazendas produtoras de Cruz das Almas. Esta circunstância simplifica bastante a cadeia de comercialização da laranja, já que o produto virtualmente passa do produtor diretamente para o comércio varejista, ao tempo em que dificulta o ingresso na CEASA do atacadista intermediário entre o produtor e o comércio varejista. O grande atacadista da laranja em S. Joaquim, que inicialmente operava em grande escala na CEASA, desvinculado das unidades produtoras, viu-se na contingência de transferir 80% do seu comércio para a Feira, em função da situação privilegiada desfrutada pelo produtor atacadista.

Algumas dessas unidades atacadistas dispõem do maquinário de beneficiamento da laranja. Os custos operacionais do comércio atacadista da laranja na CEASA são consideravelmente altos, principalmente se comparados aos de São Joaquim.

7.4 Notas explicativas à Tabela III

Na medida em que grande parte da laranja comercializada no atacado em São Joaquim tem a CEASA como etapa no seu percurso, alguns custos adicionais decorrentes são agregados a sua estrutura de custos, quais sejam, a estiva e os custos operacionais da unidade comercial da CEASA.

Assim sendo, a laranja no comércio atacadista de São Joaquim é vendida a um preço superior ao da CEASA, o que explica o fato de que os grandes varejistas do produto nas feiras fixas e móveis de Salvador abasteçam-se neste último.

8. A INCIDÊNCIA DE CUSTOS NA COMERCIALIZAÇÃO DO TOMATE NO COMÉRCIO ATACADISTA DE SÃO JOAQUIM E DA CEASA

8.1 Aspectos Gerais da Comercialização do Tomate

A quase totalidade do tomate consumido em Salvador é distri
buída pelo comércio atacadista da CEASA, de acordo inclusi
ve com determinação legal. Esse tomate tem duas procedên
cias: Jaguaquara e São Paulo. A escassez do tomate nessas
fontes de produção permite o ingresso em São Joaquim do pro
duto procedente de Juazeiro. Trata-se de um tomate inferior
aos demais existentes no mercado, não incluindo a CEASA no
seu percurso até a Feira.

O tomate procedente de São Paulo é um produto de qualidade
superior (tipo A), classificado, e que alcança preços mais
elevados em relação ao produto originário de Jaguaquara, o
qual não sendo classificado, constitui um tomate que se po
deria considerar do tipo B.

O Mercado Produtor de Jaguaquara atua integradamente com a
CEASA no escoamento do produto para o setor atacadista, pro
vendo este último das informações necessárias à efetua
ção das transações. Existem indicações não comprováveis que le
vam a crer que 2/3 do produto consumido em Salvador é origi
nado de São Paulo. O que se pode inferir do disciplinamen
to do mercado do tomate caracterizado pela centraliza
ção do comércio atacadista na CEASA, é que as estruturas de custo
do produto nos diversos subsistemas de varejo sejam razoa
velmente aproximadas (com uma ligeira vantagem para as fei
ras fixas) assim como os preços do produto oferecido ao con
sumidor.

8.2 A Comercialização do Tomate na Feira de São Joaquim

Não existe na realidade um comércio caracterizadamente atacadista do tomate em São Joaquim. As diversas unidades comerciais trabalham simultaneamente no atacado e no varejo. Um outro aspecto importante a ser ressaltado é que os principais estabelecimentos semi-atacadistas constituem segmento do comércio atacadista da CEASA naquele equipamento.

Em se tratando do semi-atacadista independente, este adquire o tomate ainda nas caixas onde o mesmo é acondicionado no local de produção e as perdas estimadas são deduzidas do preço a ser pago pelo produto ao atacadista da CEASA. O tomate é transportado da CEASA para São Joaquim em veículos da pequena capacidade de carga, o que importa num custo de transporte bastante elevado, em torno de Cr\$ 10,00 p/engr^{do} de 20 Kg. Ingressando na Feira, o produto é descarrega^{do} a um custo de Cr\$ 2,50 p/caixa, parte dele sendo distribuída imediatamente pelo comércio varejista e o restante estocado no próprio box ou no espaço de circulação circunviz^{inho}. Os custos operacionais são relativamente baixos, tanto em relação a aluguel de box, como da mão-de-obra utilizada, que é bastante reduzida. O ingresso do tomate de Juazeiro, que ocorre geralmente quando o produto das outras fontes de produção se torna escasso, não inclui a CEASA no seu percurso até a Feira e é pouco significativo em termos de volume de comercialização, de acordo com informações colhidas no setor atacadista de São Joaquim. :

O tomate procedente de Jaguaquara, não sendo um produto classificado em termos de qualidade, passa por uma classificação executada pelo próprio estabelecimento semi-atacadista (em 2 e 3 tipos), para efeito de venda ao varejo, e é então vendido a preços diferenciados.

8.3 A Comercialização do tomate na CEASA

Como já foi dito anteriormente, o comércio atacadista do tomate em Salvador acha-se, na sua quase totalidade, centralizado na CEASA. Existe, neste sentido, um decreto estadual assegurando à CEASA o monopólio do comércio atacadista de hortigranjeiros.

O produto, tanto procedente de São Paulo como de Jaguaquara é transportado em caminhões e o custo de transporte por engradado de 20 Kg oscila em torno de Cr\$ 15,00. É descarregado a um custo de Cr\$ 1,50 p/caixa e em seguida estocado.

Os custos operacionais do atacadista da CEASA são relativamente elevados, não só em relação ao aluguel como também no tocante a mão-de-obra. A CEASA atende a todos os subsistemas de abastecimento varejista do tomate em Salvador, desde os supermercados, centrais de abastecimento até as feiras fixas e móveis.

8.4 Notas explicativas à Tabela IV

Na coluna CEASA, encontramos discriminados os custos relativos à comercialização do tomate incorridos no seu percurso desde o local de produção.

Os custos de comercialização do produto em São Joaquim resultam da agregação dos custos da CEASA aos custos incorridos no percurso do tomate até à Feira, adicionados os seus custos operacionais, tendo em vista o fato de que o atacadadistas da CEASA e o semi-atacadista de São Joaquim.

Observe-se que o custo de transporte do tomate da CEASA à São Joaquim (32 Km) é bastante elevado (Cr\$ 10,00 p/caixa de 20 Kg), principalmente se levarmos em consideração que Jaguaquara dista 320 Km de Salvador e o custo de transporte

do produto para a CEASA é de Cr\$ 15,00 p/caixa. Os atacadistas atribuem como fator de elevação do custo de transporte, o tipo de veículo utilizado para este fim (caminhonetas e caminhões de pequeno porte).

Assim, o percurso do tomate da CEASA para São Joaquim implica num adicional de custos da ordem de 39,9%.

Esse quadro permite inferir que a estrutura de custos de comercialização do tomate em São Joaquim absolutamente não constitui fator de barateamento do produto ali comercializado, o que fica evidenciado no Estudo Comparativo de Preços, onde os preços do produto nos vários subsistemas varejistas alimentados pela CEASA (inclusive São Joaquim) apresentam-se bastante aproximados.

9. A INCIDÊNCIA DE CUSTOS NA COMERCIALIZAÇÃO DO ARROZ NO ATACADO EM SÃO JOAQUIM E NA CEASA

9.1 Aspectos Gerais da Comercialização do Arroz

O arroz que abastece Salvador procede em grande parte do Rio Grande do Sul. O produto chega a Salvador por via marítima, cujo frete (Cr\$ 100,00 p/saco) é inferior ao rodoviário, beneficiando de início a Feira de São Joaquim, pela proximidade em que esta se encontra do Porto de Salvador.

O Imposto Sobre Circulação de Mercadorias (ICM) incide sobre a comercialização do arroz. O produtor (ou atacadista) do Rio Grande do Sul recolhe uma alíquota interestadual de 11% sobre uma pauta estabelecida pela Fazenda Estadual de Cr\$.. 1.000,00. O atacadista de Salvador recolhe a diferença entre a alíquota estadual (que é de 16%) e a alíquota interestadual com um reajuste na pauta em torno de 20%, que corresponderia à sua margem de lucro.

A Feira de São Joaquim, juntamente com a rede de supermercados, constituem as mais importantes unidades que comercializam o produto em Salvador.

As perdas na comercialização do arroz são de pequena monta e como tal não foram computadas.

9.2 O Arroz na Feira de São Joaquim

O arroz é comercializado na Feira de São Joaquim através de oito estabelecimentos atacadistas, juntamente com o feijão, xarque, óleos comestíveis e farinha de mandioca, entre outros produtos. Um desses estabelecimentos é de grande porte, três de porte intermediário e os restantes de pequeno porte, com faturamento médio mensal inferior a Cr\$ 2.000.000,00.

O produto é transportado do porto para a Feira em caminhões, a um custo de Cr\$ 10,00 p/saco de 50 Kg. Ingressando na Feira é, em seguida, descarregado a um custo de Cr\$ 2,25 p/saco.

A rotatividade de estoque é provavelmente elevada, se relacionado o volume de comercialização com o reduzido espaço disponível para estocagem.

Os custos operacionais são relativamente baixos, o que se pode considerar uma constante no comércio atacadista em São Joaquim.

Da mesma forma como ocorre em relação aos produtos sobre cuja comercialização incide o ICM, tal imposto não incide nas transações do arroz com o varejista que opera em S. Joaquim, o que contribui para minimizar os custos deste último, conferindo à Feira uma posição de vantagem em relação a possíveis concorrentes.

9.3 O Arroz da CEASA

A exemplo do feijão, o arroz é comercializado em pequena escala na CEASA, através de dois atacadistas de porte intermediário, que operam simultaneamente com uma gama de outros produtos, entre os quais o feijão.

O arroz da CEASA também não consegue ingressar no mercado de Salvador, atendendo basicamente a fatia do mercado constituída pelos municípios da Região Metropolitana. Tal circunstância, como no caso do feijão, decorre da reincidência do ICM nas transações entre atacadista e varejista e do elevado custo de transporte do produto CEASA-Salvador.

O produto é transportado do Porto de Salvador até a CEASA a um custo de Cr\$ 20,00 p/saco, em seguida descarregado a um custo de Cr\$ 3,00 p/saco e estocado.

Os custos operacionais (aluguel e mão-de-obra) são relativamente altos, se comparados aos de estabelecimentos do mesmo porte operando em São Joaquim.

Por ocasião do levantamento de informações, o preço de venda do saco de arroz na CEASA era superior em Cr\$ 200,00 ao preço de venda em São Joaquim, como se pode verificar na tabela anexa.

9.4 Notas explicativas à Tabela V

O que se pode extrair do cotejo dos custos de comercialização do arroz em São Joaquim e na CEASA é que os atacadistas da Feira, operando com um custo de transporte e um custo operacional inferiores aos da CEASA, conseguem comercializar o produto a preços razoavelmente mais baixos.

Se computados ainda o custo de transporte do produto adquirido na CEASA pelo varejista de Salvador (Cr\$ 50,00 p/saco) e o ICM a ser recolhido pelo mesmo em função dessa transação, ter-se-á configurado o quadro que traduz a inviabilidade de de ingresso do arroz da CEASA no mercado desta Capital.

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

ESTUDO DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS BÁSICOS NOS SETORES ATACADISTAS DE SÃO JOAQUIM E CEASA

TABELA I
QUADRO COMPARATIVO DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO DA BANANA

CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO			EQUIPAMENTO DE ABASTECIMENTO	
			CEASA	SÃO JOAQUIM
Transporte			21,00	22,60
Estiva			-	0,90
Perdas			2,25	2,25
Beneficiamento			4,00	-
CUSTOS OPERACIONAIS	CEASA	SÃO JOAQUIM		
Aluguel	50.000,00	2.500,00		
Mão-de-Obra	66.000,00	6.000,00		
TOTAL	111.000,00	8.500,00		
CUSTO OPERACIONAL			1,76	0,65
TOTAL			28,01	26,40

FONTE: Levantamento de Campo - julho/outubro - 1980

PROCEDÊNCIA DO PRODUTO: Sul do Estado

PREÇO DE AQUISIÇÃO: Cr\$ 45,00 - Unidade: Cacho

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

QUADRO COMPARATIVO DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO DO FEIJÃO EM SÃO JOAQUIM E NA CEASA

TABELA II

CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO			EQUIPAMENTO DE ABASTECIMENTO	
			CEASA	SÃO JOAQUIM
ICM			123,00	123,00
Custo de Transporte			100,00	100,00
Estiva			3,00	2,25
CUSTOS OPERACIONAIS	CEASA	SÃO JOAQUIM		
Aluguel	50.000,00	30.000,00		
Mão-de-Obra	66.000,00	20.000,00		
TOTAL	111.000,00	50.000,00		
CUSTO OPERACIONAL			89,1	45,90
TOTAL			312,10	263,86

FONTE: Levantamento de Campo - julho/outubro - 1980

PROCEDÊNCIA DO PRODUTO: São Paulo

PREÇO DE AQUISIÇÃO: Cr\$ 2.700,00 - Unidade: saco/50 Kg

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

QUADRO COMPARATIVO DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO DA LARANJA EM SÃO JOAQUIM E NA CEASA

TABELA III

CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO			EQUIPAMENTO DE ABASTECIMENTO	
			CEASA	SÃO JOAQUIM
Custo de Transporte			10,00	10,00
Estiva (+ Contagem da Laranja, em São Joaquim)			3,00	7,20
Perdas			3,00	3,00
Beneficiamento			2,00	2,00
CUSTOS OPERACIONAIS	CEASA	SÃO JOAQUIM		
Aluguel	31.000,00	2.000,00		
Mão-de-Obra	40.000,00	1.800,00		
TOTAL	71.000,00	20.000,00		
CUSTO OPERACIONAL			3,29	4,91
TOTAL			21,29	27,11

FONTE: Levantamento de Campo - julho/outubro - 1980

PROCEDÊNCIA: Cruz das Almas

PREÇO DE AQUISIÇÃO: Cr\$ 30,00 - Unidade: 100 Laranjas

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

QUADRO DEMONSTRATIVO DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO DO TOMATE EM SÃO JOAQUIM E NA CEASA

TABELA IV

CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO			EQUIPAMENTO DE ABASTECIMENTO	
			CEASA	SÃO JOAQUIM
Custo de Transporte			15,00	25,00
Perdas (10%)			29,00	29,00
Estiva			11,50	4,00
CUSTOS OPERACIONAIS	CEASA	SÃO JOAQUIM		
Aluguel	50.000,00	2.000,00		
Mão-de-Obra	66.000,00	8.000,00		
TOTAL	116.000,00	10.000,00		
CUSTO OPERACIONAL			8,70	9,57
TOTAL			54,20	67,57

FONTE: Levantamento de Campo - julho/outubro - 1980

PROCEDÊNCIA DO PRODUTO: Jaguaquara

PREÇO DE AQUISIÇÃO: Cr\$ 280,00 - Unidade: Caixa de 20 Kg

DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS ESPECIAIS

QUADRO COMPARATIVO DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO DO ARROZ EM SÃO JOAQUIM E NA CEASA

TABELA V

CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO			EQUIPAMENTO DE ABASTECIMENTO	
			CEASA	SÃO JOAQUIM
ICM			90,00	90,00
Custo de Transporte			120,00	110,00
Estiva			3,00	2,25
CUSTOS OPERACIONAIS	CEASA	SÃO JOAQUIM		
Aluguel	50.000,00	30.000,00		
Mão-de-Obra	66.000,00	20.000,00		
TOTAL	116.000,00	50.000,00		
CUSTO OPERACIONAL			49,40	21,60
TOTAL			272,00	223,85

FONTE: Levantamento de Campo - julho/outubro - 1980

PROCEDÊNCIA DO PRODUTO: Rio Grande do Sul

PREÇO DE AQUISIÇÃO: Cr\$ 1.500,00

Unidade: Saco 50 Kg

10. CONCLUSÃO

A análise comparativa dos custos incidentes no comércio atacadista dos produtos daquilo que se convencionou chamar CESTA BÁSICA, na Feira de São Joaquim e na CEASA, permite que se formule algumas assertivas, à guiza de conclusões.

A coexistência das atividades atacadista e varejista na Feira de São Joaquim é fundamental no sentido da minimização dos custos de comercialização de uma série de produtos que ali são encontrados.

Se atendida a sugestão, insistentemente formulada por determinados centros de decisão, se restringir São Joaquim ao comércio tão somente varejista, tal iniciativa redundaria, necessariamente, na elevação dos preços dos produtos ali comercializados simultaneamente no atacado e no varejo.

Isto na medida em que se tenha em mente a CEASA como alternativa de centralização do comércio atacadista de alimentos em Salvador, já que a sua estrutura de custos de comercialização exerce uma pressão altista nos preços nitidamente superior àquela exercida pela estrutura de custos de comercialização de São Joaquim, o que contribui ainda mais para a

sua especialização (CEASA) em hortigranjeiros, dada a impossibilidade de concorrer no comércio atacadista de outros produtos.

Essa diferenciação das estruturas de custo, que favorece S. Joaquim, tem, em parte, a sua razão de ser nas características também diferenciadas dos processos de comercialização desses dois centros de abastecimento.

Mencionou-se, em relação à CEASA, que algumas dessas características, tais como o volume de oferta dos produtos, padrões de higiene e qualidade, infraestrutura de beneficiamento e facilidade de comunicação varejista/atacadista, entre outros, constituem poderoso fator de atração para o setor varejista que lá se abastece, em contraposição ao relativamente frágil e desorganizado comércio atacadista de S. Joaquim (à exceção do de cereais).

A grande limitação à eficácia da CEASA, como centro atacadista, é a sua péssima localização em relação a Salvador e seu comércio varejista, o que vem onerar, severamente, o custo de transporte dos produtos que comercializa. A explicação para este quadro está nas transformações ocorridas na economia, da época em que a instituição foi projetada até os dias de hoje, com o recrudescimento da crise energética e consequente elevação dos preços dos combustíveis automotivos.

Não fora a localização extremamente desfavorável da CEASA e esta, provavelmente, poderia prescindir dos mecanismos legais que lhe asseguram o "monopólio" do atacado de hortigranjeiros, em relação ao qual a mesma tem se revelado bastante zelososa.

Tudo isto pode ser comprovado a partir da análise da comercialização do feijão, arroz e farinha de mandioca, produtos menos exigentes em termos de conservação, que tem em São

Joaquim o grande centro atacadista de Salvador e cujo comércio, solidamente estruturado e capitalizado, não encontra concorrentes, à exceção dos supermercados.

Impõe-se, por conseguinte, uma outra decisão que precede àquela de incrementar ou não o comércio atacadista de São Joaquim.

Seria esta a de optar entre a oferta de produtos a preços baixos e condições pouco satisfatórias de conservação e higiene e a comercialização desses mesmos produtos a preços mais altos, mas em condições razoáveis de higiene e conservação.

(É fora de dúvida que nenhum tipo de beneficiamento de produto poderia ser levado a efeito em São Joaquim)

A constatação do baixo poder aquisitivo da clientela de S. Joaquim sugere a adoção da primeira alternativa de fortalecimento do comércio atacadista, atentando-se, evidentemente, para as implicações urbanísticas e de ordem físico-espacial daí decorrentes, bem como para as disposições legais que disciplinam esse comércio.

IV - ESTUDO COMPARATIVO DE PREÇOS

1. APRESENTAÇÃO

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

- 2.1 Eleição dos produtos que compõem a Cesta Básica
- 2.2 Adoção de critérios para identificação da qualidade dos produtos
- 2.3 Delimitação do universo
- 2.4 Elaboração dos instrumentos
- 2.5 Levantamento de campo

3. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

- 3.1 Quadro de frequência
- 3.2 Quadro comparativo de preços mínimos, médios e máximos
- 3.3 Conclusão

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

2.1 Eleição dos produtos que compõem a Cesta Básica proposta no presente estudo

Definiu-se como Cesta Básica a relação dos produtos considerados como de maior importância para alimentação da grande maioria da população de baixa renda.⁽¹⁾

A seleção dos produtos que compõem a Cesta Básica realizou-se com base na relação dos produtos que fazem parte da ração mínima para um trabalhador - (Cidade de Aracaju - Sergipe), elaborada pelo Departamento Intersindical de Estudos Estatísticos - DIEESE.

(1) Definição extraída do trabalho (Estudo do Consumo alimentar da RMS - CONDER - 1974)

Essa ração mínima foi instituída pelo Decreto Lei nº 399 de 30.04.38. Os produtos são os seguintes:

- | | | |
|----------------|--------------|------------|
| - carne bovina | - farinha de | - banha |
| - leite | mandioca | - manteiga |
| - feijão | - tomate | - café |
| - arroz | - banana | - pão. |
| | - açúcar | |

Ressalte-se que, dos produtos acima assinalados, foram excluídos:

- a manteiga, por não ser um produto largamente consumido pela população de baixa renda;
- o pão, o leite e o café, por terem os preços tabelados, conseqüentemente, não oferecem condições para análise comparativa, além de não serem comercializados em todos os locais onde se realizou a pesquisa;
- a banha foi substituída pelo toucinho, vez que este é mais usualmente utilizado para o mesmo fim. Este produto, além disso, não é comercializado em todo o universo pré-estabelecido para a coleta de preços.

Por outro lado, foram incluídos dois outros produtos considerados mais relevantes para o estudo, por serem mais consumidos pela população de baixa renda: a laranja e a carne bovina seca (charque). Assim sendo, a Cesta Básica definida para o presente estudo constitui-se dos seguintes produtos:

- | | | |
|--------------|-----------|------------------------|
| - feijão | - açúcar | - banana |
| - arroz | - tomate | - carne bovina - verde |
| - farinha de | - laranja | - carne bovina - seca |
| mandioca | | - toucinho. |

2.2 Adoção de critérios para identificação da qualidade dos produtos da Cesta Básica

Na definição de tais critérios, encontrou-se dificuldades que se prendiam, basicamente, a aspectos como:

- impossibilidade de se adotar critérios técnicos, utiliza dos pelos órgãos que trabalham na classificação da quali dade destes produtos, face as dificuldades de torná-los operacionais, pela inexistência de recursos técnicos e de pessoal especializado na área;
- impossibilidade de se realizar um treinamento sistemáti co com os pesquisadores, dado à permanência da realiza ção do estudo.

Estas dificuldades, para serem sanadas, demandariam tempo e custos impossíveis de serem assumidos, de imediato, pelo pro jeto. Em consequência, foram adotados critérios mais sim ples, baseados na prática de consumo popular, havendo uma preocupação constante em conseguir uma homogeneidade quanto à identificação da qualidade dos produtos selecionados para a realização da pesquisa, a fim de se evitar maiores oscila ções de preços.

Na identificação dos produtos, por tipo de qualidade, foram tomadas as seguintes referências:

FEIJÃO

tipo A -

beneficiado, geralmente de colheita mais recente, sementes de tamanho médio e tonalidade clara;

tipo B -

beneficiado, maior tempo de estocagem após a colheita, com os grãos não se apresentando inteiros na sua totalidade e de tonalidade um pouco mais escura do que aquela apresenta da pelo tipo A;

tipo C -

bruto, apresentando impurezas, grãos de tamanho diferenciados, coloração escura.

ARROZ

tipo A -

beneficiado, apresentando grãos uniformes e brilho relativo (tipo longo);

tipo B -

grãos diferenciados e pouco brilho;

tipo C -

grãos bastante diferenciados, apresentando impurezas;

AÇÚCAR

tipo A -

refinado ou cristal, alvo e seco;

tipo B -

cristal, não muito alvo e ligeiramente úmido;

tipo C -

grosso, escuro e úmido.

FARINHA

tipo A -

a que se identifica como sendo farinha copioaba ou que, quando da sua fabricação, tenha passado por processos apurados de torrefação;

tipo B -

farinha fina, clara, não muito torrada;

tipo C -

farinha grossa, pouco torrada, apresentando impurezas.

TOMATE

tipo A -

fruto graúdo, limpo, com coloração uniforme, livre de danos mecânicos (esmagamento, corte ou outros ferimentos) ou fisiológicos (rachaduras), de pragas e doenças;

tipo B -

fruto de tamanho médio e em bom estado de conservação;

tipo C -

geralmente úmido, pintado, machucado e rachado.

LARANJA

tipo A -

laranja Bahia (de umbigo) graúda, em bom estado de conservação;

tipo B -

laranja baianinha ou pêra, graúda, em bom estado de conservação;

tipo C -

laranja miúda (Bahia, baianinha ou pêra), ou que apresente mau estado de conservação.

BANANA

tipo A -

fruto graúdo, com coloração uniforme, livre de pragas e doenças, em perfeito estado de conservação;

tipo B -

tamanho médio, em bom estado de conservação;

tipo C -

miúda, despencada e machucada.

CARNE BOVINA - verde

Tipo A -

filê especial, chã de dentro, chã de fora,
alcatra, paulista, patinho;

tipo B -

cruz machado, capote, acêm, peito com osso,
peito sem osso, músculo;

tipo C -

chupa molho.

CARNE BOVINA - seca

tipo A -

traseiro;

tipo B -

dianteiro;

tipo C -

ponta de agulha.

TOUCINHO

tipo A -

salgado e com bastante gordura;

tipo B -

salgado ou fresco, com espessura média de gordura;

tipo C -

salgado ou fresco, com pouca gordura.

Vale salientar que, na sistematização dos dados, apenas para produtos como carne bovina (verde e seca) e toucinho foram considerados os 3(três) tipos de qualidade A, B, C. Isto porque, para estes produtos, adotou-se a classificação já existente no mercado. Para os demais, considerou-se apenas os de qualidade A e B, vez que as dificuldades em enquadrá-los numa 3.^a classificação, levou a distorções acentuadas de preços, por ocasião da pesquisa de campo.

2.3 Delimitação do universo

O universo considerado para a realização da pesquisa constituiu-se dos centros de abastecimento alimentar que seguem abaixo relacionados. Acrescente-se que, para facilitar a execução do trabalho por ocasião do levantamento de campo, foi efetuado o agrupamento das feiras livres (fixas e móveis), tendo em vista suas características próprias e as entidades por elas responsáveis:

1. Feira de São Joaquim
2. Mercado Popular (Sete Portas)
3. Supermercados
4. Centrais de Abastecimento da CEASA
(Horto Mercado; Vale do Ogunjã e Chapada do Rio Vermelho)
5. Feiras móveis (São Raimundo, Pituba, Nordeste de Amaralina e Boca do Rio)
6. Feiras Fixas (Itapuã, Periperi, Jardim Cruzeiro, Japão e IAPI).

Em razão do grande número de pontos existentes na feira de São Joaquim, comercializando os produtos definidos para este estudo, foi considerada uma amostra de 10% (dez por cento), levando em conta o total de pontos cadastrados através de pesquisa de campo realizado em maio de 1980-SESP, ficando assim constituída:

PRODUTOS	TOTAL DE PONTOS	AMOSTRA
feijão	132	13
farinha	73	07
arroz	137	14
tomate	129	13
laranja	13	02
banana	129	13
açúcar	125	13
toucinho	136	14
carne verde	48	05
carne seca	132	13

Nos demais centros de abastecimento considerou-se todos os pontos que comercializam os produtos pesquisados.

2.4 Elaboração dos instrumentos

Para a efetivação do levantamento de preços dos produtos anteriormente relacionados, adotou-se, como instrumento, uma ficha constando os dados relativos ao tipo, à qualidade e ao preço dos produtos, data e local da aplicação. (Vide anexo I).

Este instrumento permitiu a aquisição de dados, que forneceram subsídios para elaboração de uma análise comparativa de preços dos produtos comercializados nos locais onde se processou a pesquisa.

2.5 Levantamento de campo

A coleta de preços processou-se através de dois levantamentos de campo. O primeiro foi realizado no período de 14.06 a 20.06.80. (Vide quadro de Frequência de Preços. Anexo II), e o segundo de 09 a 15.07.80. (Vide Anexo III). O intervalo de tempo considerado entre os dois períodos, objetivou checar as informações colhidas no 1º levantamento, bem como avaliar a adequação do instrumento utilizando os objetivos do estudo.

Para efeito de análise foram consideradas apenas as informações obtidas no 2º levantamento de campo, por terem apresentado menores distorções nos preços dos produtos pesquisados.

Quando da sistematização dos dados coligidos foram utilizados os demonstrativos seguintes: -quadro de frequência, quadro comparativo de preços (mínimos, médio e máximos) a seguir apresentados e analisados.

3. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS

3.1 Quadro de frequência (Anexo III)

A coleta de preços efetuada nos Centros de Abastecimento constantes do Plano de Pesquisa (São Joaquim, Supermercados, Centrais de Abastecimento da CEASA, Feiras Fixas e Móveis e Mercado Popular da Sete Portas), permitiu a elaboração de um quadro com a indicação dos preços mais frequentemente ofertados pelos referidos pontos de vendas desses estabelecimentos. As frequências apresentadas nesse quadro são confrontadas de acordo com a qualidade dos produtos (classificação em A, B e C), o que possibilitou a correção de graves distorções ocorridas quando da fase de coleta de preços. Assim sendo, além do que se pode visualizar do quadro em referência, concluímos este com as informações complementares que adiante se seguem indicando os produtos e as frequências de preços mais comumente encontrados nos estabelecimentos pesquisados:

1 - Feira de São Joaquim
(período de 09 a 15.07.80)

FEIJÃO -

total de 132 pontos de vendas: o tipo A apresenta frequências com preços de Cr\$ 54,00/Kg e Cr\$ 55,00/kg numa incidência de 10 e 17 vezes, respectivamente;

ARROZ -

137 pontos de vendas: o tipo B apresenta uma variação de preços de Cr\$ 30,00 a Cr\$ 32,00/Kg com frequência de 12 e 15 vezes, respectivamente;

FARINHA DE MANDIOCA -

73 pontos de vendas: o tipo A apresenta frequências de 5 vezes, ao preço de Cr\$ 35,00 e 10 vezes ao preço de Cr\$ 32,00/Kg; para o tipo B as frequências mais comuns são Cr\$ 30,00 (20 vezes), Cr\$ 28,00 (10 vezes), Cr\$ 26,00 (3 vezes) e Cr\$ 25,00 (3 vezes);

AÇÚCAR -

125 pontos de vendas, com preços para o tipo B que variam de Cr\$ 22,00/Kg (28 vezes), Cr\$ 21,00/Kg (5 vezes) a Cr\$ 20,00/Kg (4 vezes);

TOMATE -

total de 120 pontos de vendas; o tipo A é comercializado a Cr\$ 25,00/Kg (2 vezes) e o tipo B aos preços de Cr\$ 20,00/Kg (13 vezes) e Cr\$ 18,00/Kg (7 vezes);

LARANJA -

total de 23 pontos de vendas; o tipo A é apresentado ao preço de Cr\$ 24,00/dz apenas uma vez, o tipo B com preços que variam de Cr\$ 15,00/dz (7 vezes), Cr\$ 10,00/dz (7 vezes) e Cr\$ 12,00/dz (6 vezes);

BANANA -

total de 129 pontos de vendas; o tipo B é apresentado aos preços por dúzia de Cr\$ 10,00 (17 vezes), Cr\$ 15,00 (5 vezes) e Cr\$ 12,00 (1 vez);

CARNE BOVINA -

(verde)

48 pontos de vendas; apresenta um único preço Cr\$ 150,00/Kg numa incidência de 24 vezes para o tipo A; o tipo B deste produto é comercializado aos preços de Cr\$ 120,00/Kg (frequência 15), Cr\$ 100,00 (frequência 3) e Cr\$ 95,00/Kg (frequência 6); tipo C com preços variam de Cr\$ 80,00/Kg (10 vezes), Cr\$ 70,00/Kg (3 vezes) e Cr\$ 65,00/Kg (8 vezes);

CARNE SECA -

(charque)

132 pontos de vendas; o tipo A apresenta o preço de Cr\$ 200,00 numa incidência de 7 vezes; o tipo B apresenta preços de Cr\$ 190,00/Kg (5 vezes) e de Cr\$ 180,00/Kg (16 vezes) o tipo C é comercializado a Cr\$ 150,00/Kg (frequência 6), Cr\$ 145,00/Kg (frequência 7), Cr\$ 140,00/Kg (frequência 11), Cr\$ 135,00/Kg (frequência 5), Cr\$ 120,00/Kg (frequência 13) e Cr\$ 100,00/Kg (frequência 5);

TOUCINHO -

136 pontos de vendas; o tipo A é vendido a preços que variam de Cr\$ 120,00/Kg (frequência 9) a Cr\$ 100,00/Kg (frequência 9); o tipo B apresenta preços de Cr\$ 90,00/Kg (frequência 27), Cr\$ 80,00/Kg (frequência 8) e Cr\$ 85,00 (frequência 6).

2 - Mercado Popular (Sete Portas), Supermercados, Centrais de Abastecimento, feiras fixas e feiras móveis.

(período de 09 a 15.07.80).

Na montagem do quadro de frequências de preços foram adotados os mesmos procedimentos anteriormente descritos para a Feira de S. Joaquim à exceção do fato de que foram considerados os preços ofertados por todos os pontos de venda desses estabelecimentos.

As feiras móveis não comercializam a carne bovina verde, e o açúcar, oferecendo, entretanto, todos os demais produtos constantes da Cesta Básica.

3.2 Análise do quadro comparativo de preços (Anexo IV)

Na análise comparativa dos preços dos produtos que compõem a Cesta Básica de Consumo, definida anteriormente, tomamos como referência os preços mínimos, máximos e médios, os quais foram obtidos através do cálculo da média aritmética das frequências representativas dos preços coletados em todos os centros de abastecimento considerados pela pesquisa. O exemplo dado a seguir, tendo como base os dados apresentados pelos anexos III e IV facilitará a compreensão do procedimento adotado para o cálculo desses preços:

PRODUTO: Feijão (tipo A)
Feiras Fixas

JAPÃO		ITAPUÃ		JARDIM CRUZEIRO		PERIPERI		IAPI	
PREÇOS	FREQUÊNCIA	PREÇOS	FREQUÊNCIA	PREÇOS	FREQUÊNCIA	PREÇOS	FREQUÊNCIA	PREÇOS	FREQUÊNCIA
55,00	02	55,00	01	55,00	03	55,00	03	58,00	01
-	-	60,00	01	56,00	01	56,00	04	-	-
-	-	65,00	01	58,00	04	-	-	-	-
TOTAL	02	-	03	-	08	-	07	-	01

Extraído do Quadro de Frequência - Anexo III - Pesquisa de Campo.

- Cálculo do preço mínimo:

$$P.mín. = \frac{55(2)+55(1)+55(3)+58(1)}{8} = 55$$

- Cálculo do preço máximo:

$$P.mx. = \frac{55(2)+65(1)+58(4)+56(4)+58(1)}{12} = 57$$

- Cálculo do preço médio

$$P.me. = \frac{55(9)+56(5)+58(5)+60(1)+65(1)}{21} = 57$$

Como demonstra o exemplo dado, os cálculos efetuados consideram os pesos com que os preços do produto em foco se apresentam nos diferentes pontos de comércio das feiras fixas, o que nos leva a obter assim os preços médios, mínimos e máximos daquele produto nesse Centro de Abastecimento.

Levando-se em conta a qualidade dos produtos, classificados em A, B e C^(*), podemos observar o comportamento dos preços, produto por produto, em cada local pesquisado. Assim temos:

(*) Como foi observado no ítem 2.2 dos produtos que compõem a Cesta Básica de consumo, apenas carne bovina verde, carne bovina seca e toucinho foram classificados em A, B e C. Para os demais produtos adotou-se as 2 (duas) primeiras classificações - A e B.

a) Feijão

LOCAIS	PREÇOS MÉDIOS (Cr\$)	
	Tipo A	Tipo B
SÃO JOAQUIM	55,00	-
SUPERMERCADOS	55,00	-
MERCADO DA SETE PORTAS	56,00	-
FEIRAS FIXAS	57,00	50,00
CENTRAIS DA CEASA	60,00	50,00
FEIRAS MÓVEIS	62,00	50,00

- o tipo A na feira de São Joaquim apresenta preços acessíveis deste produto, aproximando-se ou mesmo coincidindo com aqueles ofertados pelos Supermercados, Mercado da Sete Portas e feiras fixas. Verifica-se uma variação percentual de 9,11% e 12,7%, entre o preço médio daquela feira e os que são encontrados nas Centrais da CEASA e nas feiras móveis. Convém notar ainda que São Joaquim apresenta juntamente com o Mercado da Sete Portas, o menor dos preços ofertados (Cr\$ 54,00/Kg - ver Anexo IV, entre os estabelecimentos pesquisados;
- o tipo B do feijão, quando da aplicação da pesquisa, não foi encontrado em todos os estabelecimentos por ser aquele um período de formação de estoques novos, devido a proximidade da última colheita do produto;

b) Arroz

LOCAIS	PREÇOS MÉDIOS (Cr\$)	
	Tipo A	Tipo B
SUPERMERCADOS	38,00	29,00
SÃO JOAQUIM	-	31,00
MERCADO DA SETE PORTAS	-	32,00
FEIRAS MÓVEIS	40,00	-
CENTRAIS DA CEASA	40,00	35,00
FEIRAS FIXAS	-	35,00

- o tipo B do arroz é ofertado em São Joaquim a um preço médio que se aproxima daquele ofertado pelos supermercados e Mercado da Sete Portas. Chama-se a atenção para o fato de não se ter encontrado o tipo A nos pontos pesquisados, de acordo com a amostra considerada, o que não demonstra de maneira alguma a inexistência de qualidade superior desse produto naquela Feira;
- conforme indicado, os preços mínimos e máximos para esse produto não sofrem variações consideráveis que possam ser aqui apontados;

c) Farinha de mandioca

LOCAIS	PREÇOS MÉDIOS (Cr\$)	
	Tipo A	Tipo B
SÃO JOAQUIM	33,00	29,00
SUPERMERCADOS	33,00	-
MERCADO DA SETE PORTAS	35,00	27,00
CENTRAIS DA CEASA	35,00	28,00
FEIRAS FIXAS	35,00	30,00
FEIRAS MÓVEIS	37,00	30,00

- para o tipo A desse produto o preço médio ofertado pela feira de São Joaquim equivale àquele encontrado nos supermercados, sendo que a feira apresenta o menor dos preços mínimos de todos os estabelecimentos (Cr\$ 32,00/Kg);
- os preços mínimos do tipo B apresentam-se accessíveis ainda, em São Joaquim, Mercado da Sete Portas e Centrais da CEASA (Cr\$ 25,00/Kg);

d) Açúcar

LOCAIS	PREÇOS MÉDIOS (Cr\$)	
	Tipo A	Tipo B
SUPERMERCADOS	24,00	20,00
CENTRAIS DA CEASA	28,00	20,00
SÃO JOAQUIM	-	22,00
FEIRAS FIXAS	28,00	28,00
FEIRAS MÓVEIS	-	-
MERCADO DA SETE PORTAS	-	-

- apesar de ter sido idenficado em São Joaquim um número superior a 120 pontos que comercializam o açúcar, os preços para o tipo A não foram coletados no momento da aplicação, isto porque considerou-se aí apenas os pontos de comércio contados na amostra estabelecida (10%);
- o tipo B por sua vez é vendido a um preço médio 10% mais caro do que aqueles ofertados pelos Supermercados e Centrais da CEASA;
- quando da aplicação da pesquisa, tanto o Mercado da Sete Portas quanto as feiras móveis não comercializavam este produto.

e) Tomate

LOCAIS	PREÇOS MÉDIOS (Cr\$)	
	Tipo A	Tipo B
SUPERMERCADOS	23,00	-
CENTRAIS DA CEASA	23,00	-
SÃO JOAQUIM	25,00	19,00
MERCADO DA SETE PORTAS	25,00	19,00
FEIRAS FIXAS	27,00	21,00
FEIRAS MÓVEIS	28,00	23,00

- ao ofertarem preços médios mais acessíveis para o tipo A desse produto (Cr\$ 23,00/Kg), os Supermercados e as Centrais da CEASA lideram o grupo de estabelecimentos considerados, seguidos pela feira de São Joaquim e Mercado da Sete Portas - (Cr\$ 25,00/Kg);
- para o tipo B, verifica-se entretanto que São Joaquim, juntamente com o Mercado da Sete Portas, oferecem os menores preços médios dentre os locais pesquisados - Cr\$ 19,00/Kg, onde também se pode registrar o menor dos preços mínimos comercializados (Cr\$ 18,00/Kg).

f) Laranja

LOCAIS	PREÇOS MÉDIOS (Cr\$)	
	Tipo A	Tipo B
SÃO JOAQUIM	24,00	12,00
CENTRAIS DA CEASA	-	12,00
MERCADO DA SETE PORTAS	-	12,00
FEIRAS FIXAS	23,00	13,00
FEIRAS MÓVEIS	-	16,00
SUPERMERCADOS	-	16,00

- o que se classificou como sendo laranja de primeira qualidade - Ítem 2 (Procedimentos Metodológicos) é na verdade um tipo muito especial deste produto, não comumente comercializado pelos centros de abastecimento da Cidade. Daí porque apenas a feira de São Joaquim e os estabelecimentos indicados como **feiras fixas** oferecem esta qualidade do produto, mesmo assim com frequências insignificantes, apresentadas durante o momento da coleta de preços - apenas uma vez, em São Joaquim, ao preço de Cr\$ 24,00/Dz, 2 (duas) e 3 (três) vezes, respectivamente, aos preços de Cr\$ 24,00 e Cr\$ 20,00 a dúzia, na Feira do Japão (um dos locais de **Feiras Fixas**). Assim posto, o que se considerou como laranja tipo B constitui-se num tipo largamente procurado pelo consumidor de um modo geral, que é a laranja pêra ou baianinha, descrita no ítem 2.2 do presente relatório;
- do que se pode concluir dos preços médios apresentados, a Feira de São Joaquim, juntamente com as Centrais da CEASA e Mercado da "Sete Portas, oferece preços médios 33% mais em conta do que aqueles ofertados pelos Supermercados e Feiras Móveis;

g) Banana

LOCAIS	PREÇOS MÉDIOS (Cr\$)	
	Tipo A	Tipo B
SÃO JOAQUIM	-	11,00
MERCADO DA SETE PORTAS	20,00	12,00
SUPERMERCADOS	-	14,00
CENTRAIS DA CEASA	20,00	14,00
FEIRAS MÓVEIS	22,00	14,00
FEIRAS FIXAS	23,00	16,00

- a banana de primeira qualidade não é encontrada na Feira de São Joaquim nos pontos de comércio considerados pela amostra, apesar da pesquisa de campo ter apontado um total de 129 pontos comercializando este produto; para o tipo A, o Mercado da Sete Portas e as Centrais da CEASA apresentam os preços médios mais competitivos do grupo de estabelecimentos da pesquisa;
- para o tipo B, o mercado de banana apresenta-se por demais instável, no tocante a oferta de preços médios, vez que, tomando-se a variação percentual entre preços médios e máximos, este é da ordem de 80%, onde se encontra na Feira de São Joaquim e no Mercado da Sete Portas o preço mínimo mais acessível, sendo que se registra ainda para aquela feira o mais competitivo dos preços máximos ofertados pelos locais da pesquisa;

h) Carne Bovina (Verde)

LOCAIS	PREÇOS MÉDIOS (Cr\$)		
	TIPOS		
	A	B	C
CENTRAIS DA CEASA	144,00	103,00	73,00
SUPERMERCADOS	149,00	99,00	75,00
SÃO JAOQUIM	150,00	109,00	73,00
MERCADO DA SETE PORTAS	151,00	111,00	77,00
FEIRAS FIXAS	150,00	111,00	83,00
FEIRAS MÓVEIS	-	-	-

- as variações verificadas nos preços médios para o tipo A não são muito significativas, chegando a atingir uma diferença de apenas 4,8%

entre o menor dos preços ofertados (Centrais da CEASA) e o maior desses preços (Mercado da Sete Portas e Feiras Fixas). A quase coincidência de preços para esta qualidade de carne bovina verde pode ser explicada pelo fato de ser esta um produto tabelado pelo órgão competente;

- também os preços mínimos e máximos apresentados pelo tipo B e C não sofrem variações consideráveis, visto que esses atingem diferenças percentuais de 7,1% e de 5,3%, respectivamente. As razões para tal comportamento são, possivelmente, as mesmas indicadas para preços médios do tipo A desse produto;

i) Carne bovina (seca)

LOCAIS	PREÇOS MÉDIOS (Cr\$)		
	TIPOS		
	A	B	C
SUPERMERCADOS	200,00	180,00	145,00
MERCADO DA SETE PORTAS	-	180,00	133,00
SÃO JOAQUIM	200,00	182,00	132,00
FEIRAS MÓVEIS	200,00	182,00	144,00
FEIRAS FIXAS	-	182,00	149,00
CENTRAIS DA CEASA	205,00	190,00	170,00

- os preços médios indicados para a carne seca, tanto para o tipo A quanto para o tipo B, não apresentam variações representativas dentre os estabelecimentos pesquisados; nota-se, entretanto, que os preços médios mais competitivos são oferecidos pela Feira de São Joaquim e Mercado da Sete Portas, respectivamente Cr\$ 132,00/Kg e Cr\$ 133,00/Kg, apontando uma dife

rença para o centro que oferece preço médio mais alto de todos, (Centrais da CEASA), que chega ao percentual de 21%;

- em se tratando de preços mínimos, para o tipo C, as diferenças são por demais representativas, onde São Joaquim apresenta o menor dos preços mínimos de carne seca, e o percentual de variação para estes preços neste mesmo Centro é da ordem de 60%;

j) Toucinho

LOCAIS	PREÇOS MÉDIOS (Cr\$)		
	TIPOS		
	A	B	C
SUPERMERCADOS	80,00	-	-
FEIRAS FIXAS	97,00	80,00	66,00
MERCADO DA SETE PORTAS	105,00	-	-
SÃO JOAQUIM	110,00	87,00	-
CENTRAIS DA CEASA	110,00	-	-
FEIRAS MÓVEIS	113,00	70,00	60,00

- os preços médios para este produto, encontrados em São Joaquim, são os menos competitivos do mercado, tanto para o toucinho de primeira quanto para o de segunda qualidade; inegavelmente, os preços médios acessíveis são ofertados pelos Supermercados, indicando-se aí uma diferença percentual para o tipo A da ordem de 37,6% em relação à Feira de São Joaquim, apesar desta localidade apresentar 136 pontos de comércio para este produto.

3.3 Conclusão

De um modo geral, os preços de venda no varejo, ofertados pela Feira de São Joaquim, revelam-se em grande competitividade, até mesmo com agentes de abastecimento muito bem estruturados, como é o caso dos Supermercados, pelo menos que diz respeito à maioria dos produtos integrantes da Cesta Básica de consumo. Acontece assim com os produtos que se seguem: feijão, arroz, farinha de mandioca, laranja, banana, carne bovina verde e carne bovina seca. O mesmo não acontece com os preços registrados para o açúcar e o toucinho.

Um fator que se supõe preponderante na oferta de preços, relativamente acessíveis nesta feira, talvez seja o grande número de pontos de venda, onde são comercializados todos os produtos da referida Cesta, indicando, dessa forma, a existência de um comércio bastante competitivo e pressionando os preços para uma tendência baixista no mercado.

Um outro fator que favorece à situação de oferta de preços baixos nesse local poderá ser mesmo a estrutura organizacional deste tipo de estabelecimento, composto por um grande número de pequenos pontos de venda, conforme se afirmou anteriormente, que operam com custos reduzidos, face à utilização de mão-de-obra não assalariada, sendo também praticamente livres de impostos. Ressalte-se aqui que este fator já se constituiu em objeto de consideração em trabalhos realizados na área de abastecimento alimentar do município do Salvador (Estudos Sobre Abastecimento Alimentar da RMS-SEPLANTEC/CONDER/CEBRAP-TOMO II; Programa de Implantação da Infra-Estrutura Operacional de Abastecimento Alimentar da RMS-CONDER - junho 1977).

Por outro lado, um aspecto talvez relevante, que pode ser aqui considerado, é o que se aponta como sendo de caráter cultural, o qual se evidencia pela constatação de que os consumidores de São Joaquim tendem a demandar produtos próximos à satisfação de uma classe social considerada de baixo poder de compra. Neste sentido, o estudo que monta o perfil sócio-econômico do usu

ário desta feira poderá comprovar ou refutar o aspecto aqui aventado. Em outras palavras, enquanto os estabelecimentos tipo supermercados, possuidores de uma estrutura organizacional moderna e operando numa linha de prática monopolística, com possibilidades de repassarem preços relativamente baixos, resultantes de uma provável economia de escala, ofertam produtos de consumo duráveis e de consumo imediato (Ex.: geladeiras, televisores, eletro-domésticos em geral, queijos, iogurtes, enlatados etc), a Feira de São Joaquim, mesmo operando com base num mercado informal, em que há presumíveis dificuldades na formação de estoques regulares para a oferta de seus produtos, apresenta preços concorrentes com aquele tipo de agente varejista, comercializando uma linha de produtos populares quais sejam vísceras, animais vivos, produtos relativos ao sincretismo religioso, fumo de corda, auxiliares místicos, confecções e calçados, e frações de produtos alimentares de um modo geral. Além do mais, a existência de um comércio atacadista neste centro de abastecimento funciona - (como se pode deduzir do estudo comparativo de custos entre os produtos ofertados pelo atacado de São Joaquim e Central de Abastecimento de Salvador-CEASA), como elemento de pressão de preços baixos neste singular estabelecimento de abastecimento.

Desta forma, pode-se inferir, através dos dados aqui analisados e das constatações apresentadas, que a Feira de São Joaquim satisfaz a uma população de baixa renda, não apenas pela oferta de preços razoavelmente competitivas, mas também pela presença de caracteres peculiares que se fundamentam em aspectos sócio-econômico-culturais, aliados àqueles que dizem respeito ao informalismo do mercado aí constituído.

A N E X O

SUMÁRIO DO DIAGNÓSTICO DO
ÓRGÃO CENTRAL DE PLANEJAMENTO
SOBRE A FEIRA DE SÃO JOAQUIM

agosto/1979

O Diagnóstico da Feira de São Joaquim, realizado por técnicos do OCEPLAN, em agosto de 1979, conferiu o caráter de complementariedade a este estudo da Secretaria de Serviços Públicos. Nada de novo poderia ter sido efetuado sem o prévio conhecimento do que já tinha sido produzido. Também não se poderia deixar de reconhecer no Diagnóstico inicial a existência de lacunas, cujo preenchimento era indispensável à produção de um quadro seguro de conhecimento, para uma ação prática e eficaz.

Para a SESP, portanto, a Feira foi considerada como um objeto de estudo já parcialmente conhecido, em especial naquilo que o OCEPLAN mais se deteve: o perfil sócio-econômico do feirante, alguns contornos do processo de comercialização na área e informações gerais a respeito da infra-estrutura e dos serviços existentes.

Assim, permaneceu presente a possibilidade de novas incursões teóricas, sobretudo do ângulo dos consumidores, dos mecanismos de formação de preços e da situação físico-local, buscando detectar obstáculos institucionais, físicos e urbanísticos à permanência e expansão da Feira na área onde ela hoje se desenvolve.

Considerar, mesmo sumariamente, o conteúdo básico do Diagnóstico do OCEPLAN permitiu, pois, estabelecer um ponto de partida para o desenvolvimento do trabalho da SESP, propi-

2

ciando um melhor entendimento de tudo que se conseguiu pro
duzir.

O trabalho foi elaborado segundo os seguintes objetivos ge
rais:

- a. subsidiar uma intervenção física na Feira de São Jo
aquim, visando melhorar o seu funcionamento, através da
identificação de pontos de estrangulamento;
- b. afastar a possibilidade de uma intervenção negativa na
dinâmica da Feira, para evitar a geração de problemas
sociais;
- c. facilitar a elaboração de um plano de intervenção físi
ca e, especificamente, traçar um perfil sócio-econômico
da população de feirantes e perfís da comercialização,
da infra-estrutura e dos serviços existentes em São Jo
aquim.

Tais objetivos foram movidos pelo propósito de se conhecer
o homem que comercializa na Feira, buscando, para tanto, res
posta a perguntas, como: Quem comercializa na Feira? Como
é realizado este comércio? E, qual a infra-estrutura dispo
nível?

A despeito da crença de que as respostas a essas questões
respaldariam qualquer tipo de melhoramento, permaneceu no
Diagnóstico o reconhecimento de que não foi intenção esgo
tar toda dinâmica social e econômica da Feira, mantendo pre
sente, em consequência, a necessidade de se enxergar e tra
balhar a questão também, e principalmente, do ângulo do ho
mem que se abastece por lá.

PERFIL DOS FEIRANTES

A amostra trabalhada foi de 343 feirantes, representando mais de 20 por cento do universo de pontos comerciais encontrados em toda área da Feira: 1.713.

Dos questionários aplicados, 81,63%, isto é, 280 foram respondidos pelos proprietários, enquanto 18,37% (63 questionários) foram responsáveis diretos pelo ponto.

Sexo

89,80% de homens e o restante (10,20%) de mulheres.

Idade

A idade média encontrada foi de 38 anos. Até 25 anos de idade foram encontradas 51 pessoas; de 25 a 35 anos este número subiu para 83 pessoas, passando para 93 os que tinham de 35 a 45 anos e para 116 pessoas com mais de 45 anos de idade.

Escolaridade

Apenas 62 feirantes entrevistados (18,08%) declararam possuir primeiro e segundo graus completos, sendo que, destes, 45 se referem ao primeiro grau. Analfabetos ou semi-alfabetizados somaram 35,86% do total (123 pessoas).

Renda

À época do levantamento, 60,64% dos entrevistados ganhavam até três salários mínimos por mês. Apenas 3,79% dos feirantes ouvidos tinham renda superior a dez salários mínimos.

A renda pessoal média encontrada foi de 3,35 salários mínimos e 84,25% dos feirantes viviam exclusivamente do ponto comercial na Feira.

A renda familiar média foi de 3,97 salários mínimos e a renda per capita mensal encontrada foi de Cr\$ 923,34.

Dependentes

A média de dependentes por família foi de 6,6 pessoas, ultrapassando a média de cinco pessoas para Salvador. 46,64% dos dependentes estavam na faixa de 0 a 14 anos de idade.

Procedência

Quanto à procedência da população feirante entrevistada, 71,14% são migrantes, embora com mais de seis anos de residência em Salvador.

Residência

A quase totalidade dos feirantes de São Joaquim (96,79%) reside em bairros caracterizados como de baixa renda. Apenas sete famílias moram em bairros de população de maior poder aquisitivo, como Graça, Nazaré e Rio Vermelho. Outro aspecto relevante é o fato de 33,52% dos feirantes entrevistados residirem nas proximidades de São Joaquim, em bairros como Liberdade, Itapagipe, Uruguai, Jardim Cruzeiro e Calçada. Os bairros que apresentaram maior número de feirantes neles residentes foram Liberdade, Uruguai, Jardim Cruzeiro, Calçada, São Caetano, Fazenda Grande e Subúrbios Ferroviários.

Transporte

O transporte mais utilizado para o deslocamento do feirante entre a residência e a Feira é o ônibus, seguido do carro próprio. Apenas 0,88% da população entrevistada utiliza o trem como transporte regular.

PERFIL DA COMERCIALIZAÇÃO

Natureza do Comércio

São Joaquim desenvolveu, basicamente, um comércio varejista. No entanto, a coexistência deste com um comércio atacadista lhe confere uma feição particular, a ser estudada com maior profundidade.

Dos feirantes entrevistados, apenas 1,46% são atacadistas di

retos. A estes juntaram-se mais 8,45% que desenvolvem o comércio misto, totalizando 9,91%. Deste modo, de cada dez feirantes, um atua no mercado atacadista.

Tempo de Posse

Para 69,68% dos entrevistados, o ponto comercial ocupado é próprio, sendo alugado cerca de 25,07%, 2,62% são cedidos e 1,75% arrendados. A maioria dos feirantes em questão (49,85%) possui o ponto há mais de seis anos, enquanto 26,53% dispunham do ponto há apenas dois anos.

Ramo de Negócio

17,49% dos feirantes comercializam com cereais, 15,16% com carnes, 12,24% com hortaliças, 11,37% com frutas e 7,58% com produtos utilizados para comidas típicas e crenças populares. Foram encontrados ainda 6,12% de bares e 3,56% de restaurantes, além de 3,21% de pontos que comercializam com confecções e sapatos.

Equipamentos

Cereais, carnes e serviços são vendidos em boxes. As lojas servem para a venda de cereais, cerâmicas ou constituem pequenos armazéns. No equipamento barraca predominam artigos de plásticos, de louças, santos, etc., enquanto nos tabuleiros é feito o comércio de hortaliças e verduras.

Procedência dos Produtos

Os cereais procedem, em grande parte, da Região Metropolitana de Salvador. A carne é também fornecida por Salvador, enquanto a CEASA participa com 58,82% do fornecimento de hortaliças. Frutas, cerâmicas e pescados são oriundos diretamente do interior do Estado.

Transporte

O meio de transporte mais utilizado para a aquisição de mercadorias é o rodoviário, com 169 feirantes declarando preferi-lo. O transporte marítimo era utilizado por apenas 5,54%

6

dos entrevistados, enquanto apenas uma pessoa declarou utilizar o transporte ferroviário.

Estes transportes são, na maioria, fretados (39,65%) ou pertencem ao fornecedor (35,57%). Apenas 3,20% dos feirantes declararam que usam transporte próprio.

Periodicidade das Compras

59,80% dos feirantes fazem compras semanalmente e 22,30% diariamente.

Armazenamento

55,41% dos feirantes ouvidos disseram não necessitar do equipamentos, para armazenamento e conservação dos produtos. 21,28% acham que necessitam, mas não dispõem de recursos para adquirí-los, enquanto 23,31% disseram prescindir deles.

Faturamento

À época da pesquisa, 44,61% dos feirantes de São Joaquim obtinham um faturamento entre 1 e 10 mil cruzeiros mensais. 27,70% faturavam entre 20 e 100 mil cruzeiros mensais e apenas 5,83% (20 pessoas) faturavam acima de 100 mil cruzeiros.

Pode-se com isso afirmar que a Feira de São Joaquim é tipicamente de pequenos comerciantes.

Relação de Trabalho

85,13% dos feirantes declararam não possuir empregados. 13,42% tinha até três empregados e 18,07% possuíam até três familiares trabalhando com eles, sem remuneração.

95,78% dos feirantes com empregados pagavam até três salários mínimos.

Dimensões dos Pontos

55,10% dos feirantes entrevistados foram de opinião de que as áreas dos seus pontos são pequenas. 43,73% definiram suas áreas como suficientes e apenas 0,88% acham-nas grandes.

A área média dos pontos comerciais é de 8,88 metros quadrados.

Tributos

79,30% dos feirantes pagavam Taxa de Localização. O Imposto Sindical era cobrado de 86,88% e 74,34% dos feirantes recolhiam para o INAMPS, enquanto apenas 1,45 não pagavam qualquer tributo.

Fatores de Descontentamentos

As queixas mais frequentes dos feirantes de São Joaquim são relativas aos acessos precários e ao diminuto espaço para circulação dos usuários. Apenas 1,46% dos entrevistados queixaram-se da área reservada à circulação interna do ponto comercial. 45,77% dos feirantes ouvidos disseram não ter dificuldades quaisquer para a venda dos seus produtos.

PERFIL DA INFRA-ESTRUTURA E SERVIÇOS

Em apenas 7,87% dos pontos comerciais existem pontos de água, enquanto a luz beneficiava, na época, 46,35% dos pontos. Somente 12,50 dos açougues eram servidos por rede de água e de 47 pontos comerciais prestadores de serviços (bares, restaurantes e lanchonetes) apenas 41,91% tinham água.

A coleta de lixo é feita com regularidade e 46,12% dos entrevistados pagavam uma taxa de serviço.

Os detritos eram lançados nas vias de circulação da feira

ou conduzidos a um ponto de coleta.

Dos 137 entrevistados, o resultado foi o seguinte:

- 63 feirantes lançavam o lixo em pontos de coleta determina
dos;
- 21 lançavam em terrenos baldios;
- 7 lançavam no mar;
- 46 lançavam nas vias de circulação.

As áreas para estacionamento foram consideradas satisfatô
rias por 22,16% dos feirantes entrevistados, enquanto a
grande maioria (51,90%) declararam-nas inadequadas.

A enseada dos saveiros é usada para carga e descarga de mer
cadorias por 89,80% dos feirantes que utilizam o transporte
marítimo.

São Joaquim oferece os serviços de barbearias, restaurantes,
lanchonetes, alfaiatarias, sapateiros e sanitários particu
lares. Todos os entrevistados consideraram indispensáveis
tais serviços.

CONCLUSÕES GERAIS

1. Os feirantes de São Joaquim pertencem, na sua maioria,
aos segmentos mais pobres da população;
2. os feirantes de São Joaquim, na quase totalidade, são
proprietários dos seus pontos comerciais, exercem eles
mesmos o papel de vendedores, são oriundos do interior
e de outros Estados e residem em Salvador há mais de
seis anos. As famílias apresentam uma média de 6,6 de
pendentes;
3. o aspecto da má conservação da Feira reflete o baixo po

der aquisitivo dos feirantes, além de outros fatores;

4. a maioria dos feirantes de São Joaquim mora em bairros próximos e usam ônibus como principal meio de transporte;
5. a comercialização é feita em equipamentos precários e a base do comércio são os produtos da cesta básica (carnes, farinha, feijão, arroz, etc.) e hortifrutigranjeiros;
6. um grande número de boxes foi encontrado fechado (255) nas áreas mais afastadas das vias principais;
7. a mão-de-obra utilizada nos pontos comerciais é quase toda ela familiar, o que caracteriza um tipo de atividade de voltada para o sustento próprio;
8. os produtos vendidos em São Joaquim procedem, de imediato, de Salvador. Grande parte dos feirantes adquire seus produtos junto a atacadistas na própria Feira ou na CEASA;
9. os produtos procedem de diversas regiões do Estado e são, basicamente, transportados por via rodoviária;
10. o volume médio dos produtos comercializados é um dos dados que justifica a existência da Feira e seu papel de centro de abastecimento para certas camadas da população;
11. a falta de infra-estrutura é a chave das precárias condições higiênicas da Feira.

PROPOSIÇÕES

O Diagnóstico do OCEPLAN conduz à conclusão de que São Joaquim carece de "um plano global de melhorias". Como premissa básica está estabelecido que uma intervenção na Feira não deverá provocar um encarecimento dos equipamentos e da sua manutenção. Assim, qualquer ação deverá estar ajustada a dois níveis básicos:

1. melhoria das condições físicas e higiências;
2. reestruturação global da Feira.

INTERVENÇÕES PARA MELHORIA

1. Cadastro Geral dos Feirantes;
2. restauração e padronização dos equipamentos, segundo o ramo de negócio;
3. distribuição espacial dos equipamentos, segundo o ramo de negócio;
4. as obras de intervenção não deverão implicar numa paralização total das atividades da Feira;
5. remanejamento dos pontos comerciais situados nas vias de acesso e de circulação;
6. melhoria dos aspectos higiênicos, através das seguintes medidas:
 - ligação da rede de água aos pontos comerciais, especialmente aos bares, restaurantes, lanchonetes e aqueles que comercializam com carnes e verduras;
 - ampliação e melhoria da rede de energia elétrica, sobretudo da iluminação pública;
 - plano de coleta de lixo, envolvendo o próprio feirano

M

te na sua operacionalização;

- implantação e/ou melhoria do sistema de drenagem de águas pluviais e rede de esgoto local;
- definição de uma estrutura viária, que leve em conta a circulação de pedestres e veículos;
- construção de um terminal de carga/descarga;
- implantação de um estacionamento na área do barracão da SURCAP;
- posto do correio e/ou caixas coletoras de correspondências;
- telefones públicos;
- posto médico para atendimentos de urgência;
- construção de um "pier" no cais dos saveiros.

INTERVENÇÕES PARA REESTRUTURAÇÃO

Elaboração de um PLANO GLOBAL DE INTERVENÇÃO, sob os seguintes princípios:

- projeto modular que propicie a execução por etapas;
- utilização dos vazios existentes no entorno, para relocação dos pontos comerciais;
- cobertura da área reservada à comercialização dos gêneros perecíveis;
- articulação entre todos os órgãos públicos executores (água, luz, telefone, esgoto) para que não se verifique etapas sucessivas de obras numa mesma área já trabalhada;
- implantação do terminal de carga/descarga fora do núcleo central da Feira.

CADASTRO REALIZADO PELA
COORDENAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO
SOCIAL - CDS

RELATÓRIO DO CADASTRO REALIZADO EM SÃO JOAQUIM

Feito o cadastramento dos boxes existentes nas ruas 20, 21 e 22 da Feira de São Joaquim, constatou-se a existência de aproximadamente 97 unidades. Entretanto só foi possível cadastrar 62, pois os demais encontravam-se desocupados ou as pessoas estavam ausentes no momento do cadastro, embora tenha-se feito inúmeras visitas ao local. São boxes pequenos, medindo aproximadamente entre 6 a 12m², sem a mínima infra estrutura (sem água e sem luz) e em pêssimo estado de conservação.

Seus ocupantes são pessoas que desenvolvem atividades na própria Feira, utilizando-os como depósito, onde guardam mercadoria, material de trabalho (car-rinho de suco, cestos, madeira utilizada na fabricação de tamboretes, carvão, etc.); como ponto comercial e como moradia, conforme quadro a seguir:

UTILIZAÇÃO DOS BOXES

Quadro I

Uso	Nº. de boxes ..
Depósito	44
Comércio	17
Moradia	01
Total	62

São pequenos comerciantes que têm uma arrecadação mensal de no máximo 5 salários mínimos, embora a maioria (79%) esteja numa faixa de renda compreendi da entre menos de 1 a 2 S.M.

FAIXA DE RENDA

Quadro II

Faixa de renda	Nº de pessoas
- de 1 S.M.	27
De 1 a 2 S.M.	17
+ de 2 a 3 S.M.	05
+ de 3 S.M.	04
Não declarou	04
Total	57*

* A diferença existente entre o nº de boxes (62) e o nº de pessoas (57) deve-se ao fato de alguns proprietários possuírem mais de 1 ponto comercial nesta área.

O tempo de ocupação desses boxes varia de menos de 1 até 16 anos e aproximadamente 39% é proprietário do imóvel, tendo-se constatado também a existência de boxes cedidos e invadidos. Observou-se que o preço das unidades que estão alugadas varia entre 40 a 3.000,00, o aluguel.

SITUAÇÃO E TEMPO DE OCUPAÇÃO DOS BOXES

Quadro III

Situação Ocupação	- de 1 ano	De 1 a 5 anos	+ de 5 a 10 anos	+ de 10 anos	Total
Alugado	5	15	3	1	24
Próprio	1	7	5	10	23
Cedido	-	6	2	-	8
Invadido	2	1	-	-	3
T o t a l	8	29	10	11	58*

* 4 pessoas não declararam nem o tempo nem a situação de ocupação.

Segundo informação do pessoal cadastrado inexistiu a presença de pessoas portadoras de doenças contagiosas nesta área, tendo-se verificado apenas a presença de uma débil mental, que aliás é a única que reside no local.

Durante o cadastramento foi feita uma sondagem a respeito da sindicalização desses feirantes, verificando-se que 73% desta população é filiada ao Sindicato dos Feirantes de São Joaquim.

Pelos dados obtidos durante o cadastro pode-se constatar que não tem fundamento a informação segundo a qual esses boxes estavam sendo utilizados como unidades residenciais.

Salvador, 9 de janeiro de 1980.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

01. GOOD, William J. & HATT, Paul K. Métodos em pesquisa social / Methods in social research/ 4.^a ed. Trad Carolina Martins Celli Bori - São Paulo; Companhia Editora Nacional, 1972 488 p. il. (Biblioteca Universitária - Série 2.^a Ciências Sociais, V. 3).
02. ECHEVARRIA, José Medina et alii. Subemprego, problema estrutural. Petrópolis, Rio de Janeiro, Editora Vozes Limitada, 687 p.
03. ABRAMO, Perseu. Pesquisa em Ciências Sociais / 2.^a ed. Núcleo de Recursos Didáticos da UFBA., 1974 78 p. - (Série Textos Didáticos 8).
04. ABRAMO, Perseu. Métodos de pesquisa, 1965. Executado e editado sob o patrocínio de The Ford Foundation. Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia - Instituto de Serviço Público - Divisão de Pesquisa.

05. PESQUISA sobre abastecimento de gêneros alimentícios na Região Metropolitana de Salvador - s.n.t.
06. DIAGNÓSTICO sobre a feira de São Joaquim. Subsídios para o plano de intervenção. Prefeitura Municipal do Salvador - Órgão Central de Planejamento. OCEPLAN 1979, Salvador.
07. SELLTIZ et alii. Métodos de pesquisa nas relações sociais / Research Methods in Social Relations / 2.^a ed. Trad Dante Moreira Leite - São Paulo, Editora Herder, 1972