

PREFEITURA MUNICIPAL DO SALVADOR
SECRETARIA MUNICIPAL DO PLANEJAMENTO - SEPLAM
PROGRAMA MINTER-RM-SALVADOR
PROJETO: MERCADOS MUNICIPAIS
ETAPA: ANTEPROJETO MERCADOS EXISTENTES
PROJETO EXECUTIVO MERCADOS NOVOS

JUNHO/85

V. 1



ISP-155

v.1

PMS	CPM	GERIN
BIBLIOTECA		
604	16 / 05 / 92	
N.º Reg.	Data	

ARQUITETURA MERCADOS EXISTENTES

ARQ. GERALDO BATISTA - CHEFE DE DIVISÃO
ARQ. EDUARDO D'ALMEIDA
ARQ. MARIA LÚCIA PORTUGAL
ARQ. MARIA DA GRAÇA PIVA
DES. EDUARDO JOSÉ VILAS BOAS
DES. HUMBERTO HUGO CARNEIRO
DES. PAULO ROBERTO GOUVEIA AGRA

INSTALAÇÕES

KOUZO NISHIGUTTI - CHEFE DO SETOR
ENG. LUIZ ANTONIO M. DE SOUZA
ARQ. MARIA DE FÁTIMA R. DE OLIVEIRA
ARQ. NEWTON LUIZ MORAIS BACELAR
DES. WALDIR COSME MIRANDA
DES. JOSÉ LAURINDO B. DE OLIVEIRA
DES. CARLOS AUGUSTO J. SANTOS
EST. DENISE NEIMA GOMES

ORÇAMENTO

ENG. JOSÉ ANTÔNIO LOPES BARBOSA
ARQ. STELA CARDOSO VAZ DIAS
ARQ. SHEILA MARIA MOREIRA DE SOUZA
AUX.TEC. ROBSON GALVÃO DA SILVA PARANHOS

PROJETO EXECUTIVO - MERCADOS NOVOS

ARQ. DANIEL COLINA - SEPLAM

VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA

ECON. IVAN JORGE ALVES DURÃO

CEASA

ECON. LUÍS ALBERTO ALMEIDA LOPES

CEDEC

MESTRE EM ADM. ELENALDO CELSO TEIXEIRA

ADM. OLÍVIA DALCUN

ECON. HELOISA DÓREA

ECON. NEUSA DÓREA BARBOSA

EST. JUÇARA GOMES LIMA

EST. HOMERO FARIA DA MATTA DOURADO

EST. ANTONIO MILTON FERNANDES BORGES

EST. TEREZA CRISTINA OLIVEIRA JUNQUILHO

AG.ADM. VERA LÚCIA PEDREIRA C. ARAGÃO

EST. MARIA DO CARMO BOAVENTURA

DATILOGRAFIA:

SEPLAM

NAILSON JOSÉ GUIMARÃES MARQUES

MECANOGRAFIA:

SEPLAM

JOÃO DE DEUS LOPES SANTOS

S U M Á R I O

1. APRESENTAÇÃO
2. IDENTIFICAÇÃO
3. ENTIDADES ENVOLVIDAS
4. JUSTIFICATIVA
 - 4.1. Caracterização Sumária dos Equipamentos de Abastecimento Alimentar
 - 4.2. Justificativa para Revitalização dos Equipamentos Existentes
 - 4.3. Justificativa para o Sistema dos Novos Mercados
5. CARACTERIZAÇÃO DO PROJETO
 - 5.1. Revitalização dos Mercados Existentes
 - 5.1.1. Diagnóstico
 - 5.1.2. Proposta de Intervenção Física
 - 5.1.3. Programa de Ação Econômico-Institucional
 - 5.2. Sistema de Novos Mercados
 - 5.2.1. Seleção de Áreas
 - 5.2.2. Caracterização dos Novos Mercados
 - 5.2.3. Memorial Descrito dos Projetos de Arquitetura dos Novos Mercados
 - 5.2.4. Programa de Ação Econômico-Institucional
6. OBJETIVOS/METAS
7. CUSTOS
 - 7.1. Estimativa de Custo para Intervenção Física
 - 7.2. Estimativa de Custo para Programa de Ação Econômico-Institucional

7.3. Orçamento Mercados Existentes

7.4. Orçamento Mercados Novos

8. CRONOGRAMA FÍSICO-FINANCEIROS

8.1. Mercados Existentes

8.2. Mercados Novos

9. FORMA INSTITUCIONAL PARA GERENCIAMENTO

10. LINHAS DE FINANCIAMENTO

11. AQUISIÇÃO DA TERRA

11.1. Análise da Situação Fundiária

11.2. Características dos Terrenos

11.3. Intervenções Necessárias

12. AVALIAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

12.1. Mercados Atuais

12.1.1. Avaliação Financeira

12.1.2. Avaliação Econômica

12.1.3. Análise de Impactos

12.2. Mercados Novos

12.2.1. Avaliação Financeira

12.2.2. Avaliação Econômica

12.2.3. Análise de Impactos

12.3. Conclusões

13. ANEXOS

14. CITAÇÕES E REFERÊNCIAS

1. APRESENTAÇÃO

A questão do abastecimento alimentar tem sido objeto de alguns estudos, pesquisas e planos, porém, até hoje os esforços empreendidos não foram suficientes para por em prática uma política compatível com os interesses da comunidade.

Existem órgãos que cuidam do assunto em esferas diferentes (Estado, Município e União) com estratégias diversas, sem que ocorra integração e complementação dos trabalhos. Por outro lado, o abastecimento alimentar é também influenciado a interesses de grupos monopolistas que, cada vez mais, controlam a distribuição dos bens. Os equipamentos deterioram-se, a rede de distribuição de pequenos varejistas que atendem às populações de baixa renda, sem poder de barganha, oneram o orçamento já minguado destas populações.

A nível estadual, a CEASA é o órgão da política de abastecimento. Oferece uma infra-estrutura de apoio para montagem das feiras móveis e mantém 4 grandes mercados com uma organização mais moderna e eficiente. O dinamismo das atividades destes mercados permite não só uma rentabilidade razoável para seus permissionários como a manutenção e conservação dos equipamentos, sem maiores encargos financeiros para a CEASA. A sua ação contudo não teve até agora a amplitude que o problema de abastecimento está a exigir já que não interfere de forma mais ampla na estrutura de comercialização, além de ter dificuldades no suprimento dos pequenos varejistas devido à localização dos seus estabelecimentos que situam-se distantes do centro da cidade. Ainda no âmbito do Estado, destaca-se o trabalho da EBAL, cuja atuação tem-se expandido bastante, com a CESTA DO POVO, porém, não se tem ainda uma avaliação dos resultados na sua função de reguladora de preços.

A nível federal, a COBAL dispõe de alguns equipamentos de auto-serviço e funciona também como atacadista.

A nível municipal existem os mercados que concentram razoável número de pequenos varejistas (854) e as feiras livres, permanentes ou móveis.

Os mercados municipais constituem um dos equipamentos do co

mércio tradicional de alimentos e de alguns gêneros do consumo popular. São áreas comerciais que concentram grande número de micro e pequenos varejistas e, em menor escala, alguns atacadistas. Estão situados em áreas tradicionais da cidade, em torno da qual movimentam-se parcelas consideráveis de população de baixa renda. No aspecto físico e, de certo modo, no aspecto comercial, estes equipamentos encontram-se em processo de deterioração, não só pela concorrência das redes de supermercados, mas também pela ausência de disciplinamento das suas atividades que vêm se alterando dia a dia. Nota-se, contudo, que em alguns mercados existe razoável movimento comercial e possibilidades de sua dinamização, desde que as modificações sejam implementadas tanto a nível físico, como comercial e institucional.

A atual participação do poder municipal, de caráter administrativo e fiscalizador, não vem impedindo o processo de deterioração destes centros comerciais, o que tem resultado em custos adicionais para o erário público, sem que disto decorra nenhum benefício, não só para os seus permissionários como para os consumidores em geral. Torna-se, assim, urgente a intervenção nos mercados municipais na forma discutida neste documento. Foram contemplados no projeto o Mercado de São Miguel, o Mercado Popular e o Mercado de Itapuã.

Por outro lado, tendo-se constatado que o mercado, integrado a um Centro de Serviços é o equipamento que pode mais se ajustar a uma política de abastecimento voltada para um melhor atendimento ao consumo popular, assim como ao melhor desempenho dos varejistas, desde que institucionalmente e gerencialmente organizados, propõe-se dar continuidade à implantação da infra-estrutura operacional de abastecimento alimentar preconizada pela CONDER para a RMS, através da criação do sistema de novos mercados. O projeto prevê a instalação de equipamentos nos bairros de Cajazeiras, Sussuarana e Lobato.

2. IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

2. IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

2.1. Título

Programa: Abastecimento Alimentar

Subprograma: Expansão e Dinamização da Comercialização

2.2. Componente

Centros de Abastecimento

2.3. Subcomponente

Revitalização dos mercados de Itapuã, Popular e São Miguel

Mercados novos de Cajazeiras, de Lobato e de Sussuarana

2.4. Descrição do Tipo de Intervenção

Modernização de mercados, através da recuperação de três mercados municipais (Itapuã, Popular e São Miguel), e da implantação de três novos mercados (Cajazeiras, Sussuarana e Lobato) em áreas de baixa renda.

A Prefeitura Municipal do Salvador em conjunto com o CEDEC pretende dotar estes mercados de infra-estrutura adequada, assim como modernizar sua estrutura administrativa. Com esta ação pretende-se fornecer às populações locais melhor acesso, facilidades e higiene na compra de produtos alimentares.

3. ENTIDADES ENVOLVIDAS

3. ENTIDADES ENVOLVIDAS

- | | |
|---|------------------------|
| - Coordenação a nível metropolitano | - CONDER |
| - Coordenação a nível municipal | - SEPLAM |
| - Elaboração do anteprojeto dos mercados existentes | - RENURB |
| - Elaboração dos projetos executivos de arquitetura e engenharia dos mercados novos | - SEPLAM |
| - Execução das obras | - SEPLAM |
| - Supervisão e Fiscalização | - SEPLAM |
| - Tramitação Financeira/Repasse Recursos | - SEPLAM |
| - Gerenciamento dos mercados municipais | - SESP/Permissionários |
| - Avaliação e monitoração | - SESP |
| - Apoio Técnico Gerencial | - CEDEC |
| - Apoio no suprimento aos permissionários/consultoria na comercialização | - CEASA |

4. JUSTIFICATIVA

4.1. Caracterização Sumária dos Equipamentos de Abastecimento Alimentar.

O PROGRAMA DE IMPLANTAÇÃO DA INFRA-ESTRUTURA OPERACIONAL DE ABASTECIMENTO ALIMENTAR DA RMS elaborado pela CONDER, publicado em junho de 1977, apresentou a categoria comercial mercado-feiras fixas como bastante complexa e contraditória, caracterizada pelos seguintes aspectos:

". crescente oligopolização ao nível do atacado, que a criação da CEASA não conseguiu evitar e, ao contrário, agravou:

. desenvolvimento de uma cadeia de equipamentos modernos de auto-serviço ao nível de varejo, com caráter monopolístico, paralelamente à proliferação de formas rudimentares das camadadas populacionais de baixa renda. Este processo é acompanhado pela descaracterização das feiras fixas como pontos de comercialização e pelo surgimento das feiras móveis como equipamento complementar:

. como consequência da crescente oligopolização do atacado, ocorre um processo de marginalização dos atacadistas tradicionais que tem diminuída sua importância na comercialização dos produtos da cesta básica" (1).

Nestes equipamentos se observa: "... uma situação típica de declínio, causada pelo surgimento de uma rede concorrente melhor estruturada e melhor distribuída espacialmente (super-mercados), com a coadjuvância do fator representado pelo crescimento da cidade, que tornou a localização das feiras fixas imprópria para a realização das compras, tendo em vista, sobretudo, as distâncias a percorrer e os problemas de transporte dos consumidores, dificultando e tornando oneroso o deslocamento até as feiras fixas "(2).

Neles "... ocorre um processo de diferenciação econômica segundo o qual estão, num extremo, organizações tipicamente varejistas, constituindo a maioria numérica, e no outro extremo, poucas organizações de atacado, mascaradas pela modesta fachada de estabelecimentos que ocupam os mercados públicos de Salvador" (3).

Os mercados "... não mais oferecem as condições satisfat^ori^{as} de atendimento, quanto a custo e qualidade dos serviços que, em última an^álise, vão se refletir nos preç^os dos pro^{du}tos alimentares.

Vale destacar que os custos aqui considerados abrangem:

- . deslocamentos dos consumidores para os locais de compra;
- . carretos e/ou deslocamentos sucessivos dos produtos ao longo dos fluxos comerciais;
- . perdas de produtos por deficiência de processamento e maⁿipulação;
- . sobre-preços (over price) dos produtos, decorrentes de atomização da rede varejista e conseq^{ue}ntes deseconomias 'de escala' (4).

4.2. Justificativa para Revitalização dos Equipamentos Exis^{te}ntes

O Programa da CONDER, ap^os a an^álise das categorias comerci^{ai}s de abastecimento alimentar, conclui "... que os estabelecimentos do varejo I e as feiras fixas, e em menor grau 'de import^ância os do varejo II, constituem os eq^{ui}pamentos com maior potencial competitivo, n^ão s^ão quanto ^à formação de preç^os, como quanto ^{às} possibilidades que oferecem, sob o efeito de uma acertada pol^ítica de revalorização, de con^{tr}ibuírem para uma melhoria do abastecimento alimentar, das amplas camadas populacionais de baixa renda.

A prop^osito disso, cumpre insistir num aspecto que se reve^{ste} de m^áxima import^ância para a aplicação de uma pol^ítica de abastecimento alimentar, com ampla repercuss^ão social e popular. É o de que o fator preç^o, por si s^o, n^ão é suficiente para assegurar um maior poder de competiç^ão no mercado. E isso é tão verdadeiro em relaç^ão ^{às} camadas de renda alta quanto, ainda mais, em relaç^ão ^{às} classes de baixa renda, em cujo suprimento assumem import^ância decisiva as formas de negociaç^ão a prazo ("fiado" ou atrav^ês de cadernetas) e, tamb^êm, a oferta de mercadorias em quantidades compat^íveis 'com os orçamentos familiares da clientela t^ípica' (5).

"Quanto às feiras fixas, deve-se concluir, face aos elementos estudados que, apesar do acentuado processo de descaracterização que sofreram como equipamento de abastecimento alimentar expresso na inadequação de suas localizações, na pouca significação dos produtos da cesta básica no seu movimento comercial, e na constituição de sub-redes internas de intermediação configuram-se como o equipamento cuja concepção, desde que escoimadas dos vícios e deformações referidos, melhor se ajusta a uma política de abastecimento alimentar voltada, ao mesmo tempo, para uma melhoria do desempenho dos agentes e do suprimento do consumo popular" (6).

Por outro lado, a análise econômico-financeira destes equipamentos evidencia que, dado o declínio do atacado tradicional e a transferência de suas funções às Redes de Supermercados, a extensa rede de micro-varejista cada vez mais tem dificuldade de oferecer preços competitivos; como o volume de compras cada micro-varejista é reduzido e o seu suprimento é feito através dos supermercados ou nos poucos atacadistas remanescentes, os custos são onerados, fazendo retrair a demanda. Diante disso, qualquer intervenção no sentido de fortalecer estes equipamentos exige modificações na estrutura de comercialização, criando alternativas para que estes micro-varejistas possam suprir-se nas fontes abastecedoras. Tal fato permitirá uma melhoria nas condições de competitividade deste segmento em relação ao supermercado, o que também beneficiará sobretudo o consumidor.

Ainda que não se conseguissem melhores condições de preços e a transferência de parte dos ganhos de escala para os consumidores (em sua maioria integrantes das camadas de baixa renda), seriam ampliadas as condições de competitividade, - devido à natureza das operações destes equipamentos, quais sejam o da venda a crédito, a oferta de mercadorias em quantidades menores, compatíveis com a renda da clientela e o fácil acesso às compras. A manutenção e ampliação destas condições seriam obtidas através da intervenção do poder público em três níveis:

- no aspecto físico, com melhorias e reformas das áreas edificadas;

- na organização e disciplinamento interno das atividades comerciais, com introdução de um gerenciamento participativo dos permissionários;
- na estrutura de comercialização de modo a possibilitar o suprimento de mercadorias que permitisse uma redução de custos dos produtos e uma comercialização mais dinâmica e mais voltada para o abastecimento alimentar.

Em resumo, as diretrizes da política metropolitana e a análise da situação atual em que se encontram os mercados públicos, contando com razoável número de pequenos varejistas com disposição para aprimorar os métodos de comercialização, que acarretarão melhoria de atendimento ao consumidor, aumento de produtividade, e outros efeitos que se farão sentir, principalmente, na redução de custos, no aumento da renda e geração de empregos - são fatores que justificam a necessidade da intervenção planejada.

4.3. Justificativa para o Sistema de Novos Mercados

O Programa da Conder propõe, entre outras, "... as seguintes diretrizes para o desenvolvimento de uma política de abastecimento alimentar na RMS:

- promover a oferta de espaços adequados de comercialização varejista, em áreas estrategicamente situadas e a níveis tarifários amplamente competitivos, de modo a propiciar, aos agentes varejistas, alternativas de localização que lhes assegurem condições de operação, a custos operacionais mais reduzidos e que possibilitem o atendimento de suas clientela com o mínimo de necessidades de deslocamento para os consumidores;
- paralelamente à oferta de espaços de comercialização, desencadear uma ação voltada para melhorar as condições de abastecimento alimentar das amplas camadas populares, através de medidas bem concebidas e implantadas de estímulo à melhoria das condições de operações dos agentes varejistas responsáveis pelo atendimento das clientela de baixa renda;

- apoiar essas medidas de estímulo, em programas bem articulados de suprimento atacadista e comerciantes selecionados que se comprometam a operar em condições previamente estabelecidas quanto a tipos de produtos e níveis de preços" (7).

Estas diretrizes específicas são integrantes também do Plano Metropolitano de Desenvolvimento (CONDER, 1982) quando estabelece linhas de ação referentes: ao sistema de distribuição e comercialização de produtos agrícolas na RMS; implementação de programas que possibilitem a expansão das atividades terciárias modernas; programas que permitam aumentar a renda real da população de baixa renda pela diminuição de custos e dispêndios diretos; facilidade de crédito e outros incentivos para o micro-empresário no sentido da elevação do nível de desempenho gerencial e produtividade (8).

Para que se atendesse à real necessidade da população, principalmente de média e baixa renda, a seleção das áreas contempladas com novos mercados se baseou, principalmente, na análise espacial de oferta de equipamentos de abastecimento alimentar, justaposta à das concentrações populacionais por nível de renda. Foram assim identificadas as principais áreas de maior densidade populacional de média e baixa renda que apresentavam potencialidade de expansão e carência destes equipamentos. Foram então privilegiadas aquelas que mostraram interface com os demais projetos do Programa MINTER-RMS: Sussuarana e Cajazeiras, que se localizam na área do Miolo. O equipamento de Lobato, além de atender às populações de Alagados e do Suburbio, também poderá servir a uma parcela da população do Vale do Camurujipe.

5. CARACTERIZAÇÃO DO PROJETO

O Projeto estabelece 3 tipos de intervenção devidamente interligados e interdependentes. Nos mercados existentes, a melhoria física por si só, embora necessária, não é suficiente para modificar a atual situação sócio-econômica dos mercados. Dadas as atuais condições precárias dos prédios dos mercados, há um crescente afastamento da clientela e o desvirtuamento das finalidades básicas destes equipamentos. A melhoria física deve atender portanto a pressupostos mercadológicos e econômicos, sem os quais as reformas arquitetônicas não produzirão os resultados desejados, como também, mudanças na estrutura de comercialização ou de caráter institucional não podem ser realizadas mantendo as atuais condições físicas, que afetam não só a frequência da clientela como a própria qualidade dos produtos.

Nos novos mercados, o projeto arquitetônico já considera em seu programa, a nova forma de gestão proposta nos programas de ação.

As intervenções terão, portanto, 3 dimensões: uma de natureza física que visa melhorar os ambientes ou criar novos espaços com uma infra-estrutura adequada e em condições de melhor operacionalização; uma dimensão de caráter econômico que visa dar maior poder de competitividade e produtividade aos agentes comerciais e ao próprio mercado, enquanto instrumento de aplicação de uma política de abastecimento alimentar; a terceira dimensão é de caráter institucional e social e visa o disciplinamento das atividades realizadas e a forma de gerir o equipamento.

Para elaboração do Projeto, nosso universo de análise abrangeu os mercados municipais, os horto-mercados e ainda o Mercado da Sete Portas, por ser equipamento congênere e que desempenha importante papel no Setor de Abastecimento Alimentar em Salvador. Nos mercados municipais, procedeu-se, inicialmente, à análise físico-espacial, acompanhada de levantamento de dados sócio-econômicos dos permissionários e gerenciais - comerciais dos equipamentos. Nos demais, a análise se baseou em observações locais e nas informações prestadas pela administração (Anexo 1). No levantamento sócio-econômico procedeu-se à aplicação de um questionário

(Anexo 2) a permissionários de cada ramo de atividade, escolhidos aleatoriamente. Posteriormente, foram tabulados os dados e elaboradas tabelas, constantes do texto.

5.1. Revitalização dos Mercados Existentes

5.1.1. Diagnóstico

Após terem sido realizadas, na etapa do estudo preliminar, algumas entrevistas e observações do funcionamento destes mercados, partiu-se, nesta etapa, para uma pesquisa mais extensiva, através de questionários aplicados aos permissionários numa amostra selecionada por setor de atividade (Quadro 1). A partir da tabulação dos questionários, aprofundou-se o conhecimento sobre os mercados, permitindo um diagnóstico do seu funcionamento.

Com base na análise dos dados, verificou-se a impossibilidade de manter no Projeto dois mercados: o do Rio Vermelho e o Curtume. O Mercado do Rio Vermelho apresenta um movimento muito reduzido devido às mudanças ocorridas no bairro, com o surgimento de outros equipamentos de abastecimento que oferecem melhores condições não só ambientais como em relação a produtos e serviços (Supermercado UNIMAR e Centro de Abastecimento do CEASA). O bairro do Rio Vermelho apresenta hoje uma concentração de estabelecimentos comerciais voltados para o lazer e cultura (galerias de arte, 2 cinemas, lanchonetes, barzinhos, etc.) e sua população se constitui, hoje, de pessoas de classe de renda média e alta.

A vocação do bairro é, hoje, mais voltada para atividades de lazer e cultura, daí o surgimento de vários tipos de empreendimentos desta natureza e de um comércio lojista mais sofisticado (dois pequenos centros comerciais). Diante disso, considerou-se que o mercado enquanto equipamento de abastecimento inviabilizou-se e não se justifica investir na sua recuperação para este fim. Quanto ao mercado de peixe anexo, recomenda-se a sua transferência para área do outro lado da pista, melhorando suas condições.

Quanto ao Mercado do Curtume, a identificação de sua clientela,

em geral proveniente de bairros distantes e de seus varejistas, com um baixo faturamento e um sistema de comercialização totalmente inconsistente, nos induz a uma rigorosa intervenção em sua estrutura institucional.

Como suas instalações físicas são precárias, apresentando gravíssimos problemas de saneamento, as intervenções necessárias para reparar tais deficiências são de custo elevado. Considerando a impossibilidade de se auferir retorno econômico-financeiro correspondente ao investimento, optou-se pela sua exclusão deste Projeto.

Assim, apenas os mercados de Itapuã, São Miguel e Popular foram contemplados neste Projeto.

5.1.1.1. As Funções Atuais dos Mercados

Como se pode verificar no Quadro 1, atualmente, 34% em média dos permissionários dedicam-se às atividades de comercialização de gêneros alimentícios, comprovando a mudança de funções que vem sofrendo este tipo de equipamento. Na medida em que os mercados perdem o poder de competitividade em relação a outros equipamentos, começam a mudar a destinação dos boxes para sobreviver. A nova destinação dos boxes, no entanto, ainda se vincula a gêneros alimentícios, ou seja, o fornecimento de comidas prontas (31% dos boxes de bares e restaurantes) para população de baixa renda. Resalte-se ainda que, além da introdução de serviços populares, existe intensa comercialização de produtos ligados às tradições populares (25 boxes no Mercado de São Miguel vendem produtos de Umbanda e Candomblé). Número significativo de boxes é utilizado como depósitos, ou estão fechados. Desta forma, a utilização do espaço fica a critério do permissionário, sem obediência às determinações legais e critérios econômico-sociais, o que contribui sobremodo para a mudança das funções originais dos mercados.

Trata-se, porém, de um tipo de equipamento com tradição, cujos

permissionários exercem a atividade há bastante tempo (50% há mais de 10 anos) (Quadro 2) e, em grande parte (83%) dela sobrevivem (Quadro 3), mantendo família de 4 a 10 dependentes (53%) (Quadro 4).

5.1.1.2. Situação dos Permissionários

Os permissionários geralmente utilizam mais de 1 box para a mesma atividade. Em alguns mercados, alguns utilizam mais de 3 boxes, o que demonstra a irracionalidade da utilização do espaço público e o desvio dos próprios objetivos do equipamento. Em média, conforme dados da SESP, há 1,5 boxes aproximadamente para cada permissionário.

A exploração do negócio é, basicamente, individual, sem registro como firma e utilizando, em grande parte, mão de obra familiar.

As condições econômicas dos permissionários dependem do maior ou menor dinamismo das atividades. No entanto, 74%, em média, tem casa própria e, no mínimo, dois eletrodomésticos (geladeira e televisor) (Quadro 5).

Isto indica que a atividade no mercado não só mantém o permissionário e dependentes, como lhe proporciona um mínimo de condições de conforto e bem-estar.

5.1.1.3. Geração de Emprego

41% dos permissionários empregam outras pessoas nos seus negócios (Quadro 6), geralmente parentes, com rendimento abaixo do salário mínimo, mas tendo assegurado a subsistência básica em decorrência do fornecimento de refeições.

A maioria dos que têm empregado, mantém apenas 1 pessoa ocupada. Há alguns casos com até 5 empregados (restaurantes). Assim, o nú-

mero de empregos diretos é baixo. Ao se considerar porém, o número de permissionários (358 nos 3 mercados), e sabendo-se que o número de funcionários da Prefeitura que trabalham nos referidos mercados é igual a 54, verifica-se que mesmo nas condições precárias atuais, a oferta de empregos é ponderável e poderá ser aumentada com a expansão das operações.

5.1.1.4. Clientela

A clientela dos mercados está situada entre pessoas de classe de baixa renda (até 3 salários mínimos) e renda média, com maior participação de baixa renda (65% - Quadro 7). A clientela reside em bairros próximos ao local do mercado ou se utilizam do mercado em decorrência da proximidade de local de trabalho. A frequência média diária de clientes por unidade comercial é de 27 clientes. A menor frequência de clientes dá-se no Mercado Popular devido ao número de atacadistas e ao alto volume de vendas por unidade. O número médio de clientes dá-se nos ramos de produtos alimentícios, o que confirma a vocação dos mercados como equipamento de abastecimento alimentar. As vendas médias por cliente são baixas, tendo em vista o tipo de clientela que atendem. A venda média mais baixa é Cr\$ 1.887,00 por cliente (S.Miguel) e a mais alta Cr\$ 6.600,00 no Popular, em razão da venda a atacado (Quadro 9).

5.1.1.5. Compras e Armazenagem

O abastecimento aos pequenos varejistas é em grande parte realizado pelo próprio comércio varejista (feiras, supermercados, armazéns) (49%), o que onera sobremaneira o custo das mercadorias. Os atacadistas, principalmente do CEASA e S. Joaquim, também abastecem os permissionários, enquanto as fontes produtoras são o fazem em 10% (Quadro 10). As compras são realizadas com frequência diária em 26% dos permissionários, e de 2 a 3 vezes por semana em 35%. A maioria dos permissionários compra mais de 1 vez por semana, conseqüentemente, em volumes menores, onerando o custo não

são por não dispor de poder de barganha, como pelo gasto maior com transporte e perda de tempo (Quadro 11). Observou-se, também, que alguns compram anualmente (confeções e calçados).

O valor médio de compras é também reduzido. O valor médio mensal das compras situa-se em torno de Cr\$ 262.512,00 (duzentos e sessenta e dois mil, quinhentos e doze cruzeiros) por permissionário. Sem recursos de capital de giro e com uma clientela que se retrai, as compras são atomizadas, reduzindo ainda mais a rentabilidade dos negócios. São realizadas em sua maioria à vista e, quando a crédito, a curto prazo (Quadro 13). Para transporte dos produtos é utilizado desde carro fretado, à carroça, porém, em grande parte (33%) utilizam transporte do fornecedor. Como muitas compras são realizadas no supermercado, e em volumes pequenos, o ônibus é bastante utilizado (19%) (Quadro 14).

Quanto à armazenagem dos produtos, dado o volume de compras, é feita nos próprios boxes o que provoca problemas em relação à conservação dos produtos, uma vez que dificulta a circulação do ar. Também não há espaço disponível para armazenagem. Num dos Mercados - o Popular - existem câmaras frigoríficas utilizadas pelos atacadistas.

A maioria dos permissionários tem perda de produtos, principalmente, nos ramos de produtos perecíveis; não foi possível, porém, quantificá-la.

5.1.1.6. Situação Financeira

No aspecto da receita, os dados levantados indicam uma média mensal de vendas por mercado, com os seguintes valores:

- Itapuã - Cr\$ 658.928,00
- Popular - Cr\$ 121.051,00
- São Miguel - Cr\$ 45.728,00

Considerando a lucratividade sobre vendas conforme pesquisa, em torno de 29% (Quadro 16), infere-se que a rentabilidade é baixa, não tanto pela taxa de lucro, mas em decorrência do volume de vendas.

Disto resulta que, em razão do volume reduzido de operações, os custos são transferidos ao consumidor. O nível de despesas operacionais é baixo, tendo em vista que a maioria não paga impostos, não tem empregados e as taxas de permissão são irrisórias. As despesas operacionais estão em torno de 16% (Quadro 17).

5.1.1.7. A Administração dos Mercados

Está a cargo da Secretaria de Serviços Públicos através do Departamento de Serviços Especiais que supervisiona e controla as atividades de limpeza, vigilância e manutenção, despesas e cobranças de taxas. A atual gestão da SESP, recentemente, fez um diagnóstico dos mercados, levantando a situação de cada box e pretende desenvolver um trabalho de recuperação dos mercados. A situação econômica em que se encontra a maioria dos permissionários tem levado a SESP, até então, a não exigir o cumprimento das obrigações mínimas dos permissionários, muitos deles em atraso, taxas devidas pelo uso do espaço. Por outro lado, as despesas comuns referentes à luz, água, vigilância, manutenção são assumidas pela Prefeitura. Ocorre que este comportamento acelera a deterioração já que os permissionários se acomodam à situação e não procuram formas de superá-la. Por outro lado, na maioria dos mercados, a administração volta-se apenas para as atividades de rotina, não desenvolvendo nenhum esforço de dinamização das operações comerciais. Contribui para isso, o sistema de gestão centralizada, sem nenhuma participação e responsabilidade dos permissionários. Os próprios administradores não têm consciência do papel do mercado no sistema de abastecimento. Este aspecto é de vital importância tanto que, no único mercado em que foi implantado um sistema de gestão, com maior participação dos permissionários, a situação é bem diferente (Mercado Modelo, antes do incêndio).

O quadro (18) demonstra o déficit da Prefeitura em decorrência da cobrança de taxas e de assumir despesas que são de responsabilidade dos permissionários (água, luz, limpeza e vigilância). Há razões fundadas na experiência do Mercado Modelo para demonstrar

que se dinamizam as vendas e se modifica o estilo de gestão, criam-se condições para somar o déficit e mesmo, de tornar o equipamento produtivo, como ocorre no mercado de Sete Portas, explorado por firma particular que dela extrai lucros razoáveis.

O déficit mensal da Prefeitura nos três mercados estava em setembro de 84 em torno de Cr\$ 5.558.454,00 (cinco milhões, quinhentos e cinquenta e oito mil, quatrocentos e cinquenta e quatro cruzeiros) (Quadro 18). Esta situação poderá reverter-se na medida em que os permissionários paguem as contas de luz devidas por box e assumam as despesas comuns. A prática recente da SESP tem demonstrado que isto é possível, pois que algumas providências tomadas recentemente deram os seguintes resultados:

- 1) a colocação de medidores individuais de luz reduziram as despesas de luz em Itapuã de 82% de janeiro de 83 a dezembro de 83.
- 2) a cobrança sistemática das taxas e algumas melhorias no mercado de S. Miguel fizeram a receita passar de Cr\$ 565.611,00 (quinhentos e sessenta e cinco mil, seiscentos e onze cruzeiros) em novembro de 83 para Cr\$ 8.021.617,00 (três milhões, vinte e um mil, seiscentos e dezessete cruzeiros) em dezembro de 1983.

Acresce a estes fatos a possibilidade de racionalização de despesas de pessoal já que em alguns mercados, como o Popular, dispõe-se de 1 quadro excessivo de 25 funcionários.

5.1.1.8. Sugestões dos Permissionários

Identificou-se um grau de insatisfação muito grande dos permissionários em relação à atual situação dos mercados. A maioria não tem consciência do seu papel nas mudanças e fica a esperar soluções da Prefeitura. A maioria das reivindicações são:

- Segurança e policiamento
- Consertos e reformas :
- Mudanças de atividade
- Mudanças na administração
- Melhorias das instalações
- Limpeza.

Hã uma reclamação muito grande dos aspectos f^ísicos e de segurança, por^êm, pouca consci^ência dos aspectos mercadol^ógicos e da posição de cada um em relação ã situação.

QUADRO 1

PERMISSIONÁRIOS EM EXERCÍCIO DE ATIVIDADE E ENTREVISTADOS
POR RAMO E MERCADO

ATIVIDADES	ITAPUÃ		POPULAR		S.MIGUEL		TOTAL	
	UNIVERSO	AMOSTRA	UNIVERSO	AMOSTRA	UNIVERSO	AMOSTRA	UNIVERSO	AMOSTRA
CARNES E MIÚDOS	5	2	1	1	19	2	25	5
PESCADOS E MARISCOS	2	1	32	7	3	1	37	9
HORTALIÇAS E FRUTAS	3	1	-	-	31	4	30	5
MERCEARIAS	4	2	6	2	22	6	32	10
BARES E RESTAURANTES	7	3	56	6	47	6	110	15
SERVIÇOS	3	-	6	1	60	4	69	5
OUTRAS ATIVIDADES	4	-	13	-	38	5	55	5
T O T A L	28	9	114	17	220	28	358	54

FONTE: Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83.

QUADRO 2

TEMPO DE EXERCÍCIO DA ATIVIDADE POR PERMISSIONÁRIO

ANOS	ITAPUA	%	POPULAR	%	S.MIGUEL	%	TOTAL	
							UNIDADE	%
0 - 5	4	44,4	1	5,9	9	32	14	25,9
5 - 10	-	0	6	35,3	7	25	13	24,1
MAIS DE 10	5	55,6	10	58,8	12	43	27	50,0
T O T A L	9	100	17	100	28	100	54	100,0

FONTE: Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83.

QUADRO 3

FONTE DE RENDA DOS PERMISSIONÁRIOS
(EXERCE OUTRA ATIVIDADE COMO FONTE DE RENDA)

OUTRA FONTE DE RENDA	ITAPUA	%	POPULAR	%	S.MIGUEL	%	TOTAL	
							UNIDADE	%
SIM	1	11,11	3	17,65	5	17,85	9	16,7
NÃO	8	88,89	14	82,35	23	82,15	45	83,3
T O T A L	9	100	17	100	28	100	54	100,0

FONTE: Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83.

QUADRO 4

NÚMERO DE DEPENDENTES POR PERMISSIONÁRIO

Nº DE DEPEN- DENTES	ITAPUA	%	POPULAR	%	S.MIGUEL	%	TOTAL	
							UNIDADE	%
NENHUM	1	11,11	3	17,65	3	11	7	13,0
ATE 3	1	11,11	5	29,41	7	25	13	24,1
DE 4 A 6	4	44,45	4	23,52	10	36	18	33,3
DE 7 A 10	2	22,22	4	23,52	5	17	11	20,4
MAIS DE 10	1	11,11	1	5,90	3	11	5	9,2
T O T A L	9	100	17	100	28	100	54	100,0
DEPENDENTES/ PERMISSIONÁRIO	5,67		4,76		5,54		5,15	-

FONTE: Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83.

QUADRO 5
SITUAÇÃO ECONÔMICA DOS PERMISSIONÁRIOS

BENS QUE POSSUEM	ITAPUÃ	POPULAR	S.MIGUEL	TOTAL	
				UNIDADE	%
. CASA PRÓPRIA	8	12	20	40	74,1
. AUTOMÓVEL	4	4	6	14	25,9
. TELEFONE	2	4	9	15	27,8
. GELADEIRA	9	15	23	47	87,0
. TELEVISOR	9	14	24	47	87,0

FONTE: Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83.

QUADRO 6

NÚMERO DE EMPREGADOS POR PERMISSIONÁRIOS

Nº DE EMPREGADOS ENTREVISTADOS	ITAPUA	%	POPULAR	%	S. MIGUEL	%	TOTAL	
							VALOR	%
. NENHUM	3	33,30	10	58,8	19	67,9	32	59,0
. 1 EMPREGADO	3	33,30	6	35,3	8	28,6	17	31,5
. 2 EMPREGADOS	1	11,2	1	5,9	0	-	2	4,0
. 3 EMPREGADOS	2	22,2	0	-	1	3,5	3	5,5
T O T A L	9	100	17	100	28	100	54	100,0
EMPREGADO/ PERMISSIONÁRIO	1,22		0,47		0,39		0,55	-

FONTE: Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83

QUADRO 7
CLASSE DE RENDA DA CLIENTELA

FAIXAS DE RENDA	ITAPUÃ	POPULAR	S.MIGUEL	TOTAL	
				UNIDADE	%
BAIXA RENDA**	4	7	26	37	64,9
MEDIA RENDA	7	5	8	20	35,1
T O T A L	11	12*	34	57	100,0

FONTE: Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83.

NOTA: O total (57) não coincide com o total da amostra (54), tendo em vista que as respostas não são excludentes.

* Do total da amostra do Popular, 4 não responderam e 1 é o Governo.

** Baixa renda: até 3 SM
Média renda: + 3 SM até 10 SM

QUADRO 8

MÉDIA DIÁRIA DE CLIENTES POR UNIDADE COMERCIAL

ATIVIDADES	ITAPUA	POPULAR	S.MIGUEL
CARNES E MIÚDOS	80	10	15
PESCADOS E MARISCOS	25	14	50
HORTALIÇAS E FRUTAS	35	-	34
MERCEARIAS	50	15	37
BARES E RESTAURANTES	20	23	17
SERVIÇOS	-	10	10
OUTRAS ATIVIDADES	-	-	25
T O T A L	210	72	188

FONTE: Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83.

QUADRO 9
VENDA MÉDIA POR CLIENTE

Em Cr\$ 1,00			
ATIVIDADES	ITAPUA	POPULAR	S.MIGUEL
CARNES E MIÚDOS	3.500	1.500	2.500
PESCADOS E MARISCOS	3.500	24.667	3.500
HORTALIÇAS E FRUTAS	1.500	-	1.250
MERCEARIAS	3.500	1.500	2.000
BARES E RESTAURANTES	1.000	1.833	1.083
SERVIÇOS	-	3.500	1.125
OUTRAS ATIVIDADES	-	-	1.750
MÉDIA/MERCADO	2.600	6.600	1.887

FONTE: Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83.

QUADRO 10
COMPRAS - FONTE

LOCAL	ITAPUÃ	%	POPULAR	%	S.MIGUEL	%	TOTAL	
							UNIDADE	%
. DISTRIBUIDOR	2	16,7	6	30	13	33,3	21	30,0
. CEASA	2	16,7	1	5	5	13	8	11,0
. FONTE PRODUTORA	2	16,7	3	15	2	5	7	10,0
. FEIRA	3	25	5	25	8	20,5	16	22,5
. SUPERMERCADO	1	8,2	4	20	6	15,4	11	15,5
. OUTROS VAREJISTAS	2	16,7	1	5	5	12,8	8	11,0
T O T A L	12	100	20	100	39	100	71	100,0

FONTE: Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83.

NOTA: Os totais não coincidem com os das amostras, tendo em vista que as respostas não são excludentes.

QUADRO 11
FREQÜÊNCIA DAS COMPRAS POR PERMISSIONÁRIO

PERÍODOS	ITAPUÃ	POPULAR	S.MIGUEL	TOTAL	
				UNIDADE	%
.DIARIAMENTE	4	3	7	14	26
.2 A3 VEZES POR SEMANA	2	10	7	19	35
.SEMANALMENTE	3	1	11	15	28
.QUINZENALMENTE	-	1	3	4	7
.MENSALMENTE	-	-	2	2	4
T O T A L	9	15*	30**	54	100

FONTE: Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83.

NOTA: * Do total da amostra (17), dois permissionários têm uma freqüência de compras variável.

** O total não coincide com o da amostra (28), tendo em vista que as respostas não são excludentes.

QUADRO 12

MÉDIA MENSAL DE COMPRAS POR PERMISSIONÁRIO

Em Cr\$ 1,00

ATIVIDADES	ITAPUA	POPULAR	S.MIGUEL	TOTAL	MÉDIA TOTAL
CARNES E MIÚDOS	400.000	250.000	112.500	762.500	254.167
PESCADOS E MARISCOS	35.000	1.379.000	750.000	2.164.000	721.333
HORTALIÇAS E FRUTAS	150.000	-	181.250	331.250	110.417
MERCEARIAS	275.000	275.000	417.000	967.000	322.333
BARES E RESTAURANTES	192.000	347.000	331.000	870.500	290.167
SERVIÇOS	-	15.000	42.500	57.500	19.167
OUTRAS ATIVIDADES	-	-	120.000	120.000	120.000
T O T A L	1.052.000	2.266.500	1.954.250	5.772.750	-

FONTE: Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83.

QUADRO 13

CONDIÇÕES DE PAGAMENTO DAS COMPRAS POR PERMISSIONÁRIO

PERÍODOS	ITAPUA	%	POPULAR	%	S.MIGUEL	%	TOTAL	
							VALOR	%
. À VISTA	4	44,4	13	68,4	19	59,38	36	60
. À PRAZO:	5	55,6	6	31,6	13	40,62	24	40
- PRÓXIMA COMPRA	3	-	5	-	6	-	-	-
- DE 10 EM 10 DIAS	-	-	1	-	-	-	-	-
- CHEQUE PRÉ-DATADO	2	-	-	-	3	-	-	-
- DE 40 DIAS	-	-	-	-	1	-	-	-
- DE 20 A 30 DIAS	-	-	-	-	2	-	-	-
- DE 1 SEMANA	-	-	-	-	1	-	-	-
T O T A L	9	100	19	100	32	100	60	100

FONTE: Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83.

NOTA: O total não coincide com o total da amostra (54), tendo em vista que as respostas não são excludentes.

QUADRO 14
TRANSPORTE UTILIZADO PELOS PERMISSIONÁRIOS

TRANSPORTES	ITAPUÃ	%	POPULAR	%	S.MIGUEL	%	TOTAL	
							VALOR	%
. DO FORNECEDOR	3	30	6	33	10	34,5	19	33,3
. CARRO PRÓPRIO	3	30	2	11	2	6,9	7	12,3
. ÔNIBUS	0	-	5	28	6	20,7	11	19,1
. CARRO FRETADO	3	30	1	6	8	27,6	12	21,0
. A PÉ	1	10	3	16	3	10,3	7	12,3
. ESTIVA	0	-	1	16	0	-	1	2,0
T O T A L	10	100	18	100	29	100	57	100,0

FONTE: Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83.

NOTA: O total não coincide com o total da amostra (54), pois as respostas não são excludentes.

QUADRO 15
MÉDIA MENSAL DE VENDAS POR PERMISSIONÁRIO

Em Cr\$ 1.000,00

ATIVIDADES	ITAPUA	POPULAR	S. MIGUEL	TOTAL
CARNES E MIÚDOS	1.500,0	300,0	600,0	2.400,0
PESCADOS E MARISCOS	75,0	1.750,0	1.500,0	3.325,0
HORTALIÇAS E FRUTAS	1.000,0	-	275,0	1.275,0
MERCEARIAS	950,0	270,0	720,0	1.940,0
BARES E RESTAURANTES	400,0	500,0	270,0	1.170,0
SERVIÇOS	-	-	92,5	92,5
OUTRAS ATIVIDADES	-	-	220,0	220,0
T O T A L	3.925,0	2.820,0	3.677,5	10.422,5

FONTE : Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83

QUADRO 16
MARGEM DE LUCRO S/ VENDAS
(EM PERCENTUAL)

ATIVIDADES	ITAPUÃ	POPULAR	S.MIGUEL	MÉDIA
CARNES E MIÚDOS	10	15	13	13
PESCADOS E MARISCOS	45	38	50	44
HORTALIÇAS E FRUTAS	15	-	34	24,5
MERCEARIAS	40	18	18	25
BARES E RESTAURANTES	22	28	33	28
SERVIÇOS	-	35	34	34,5
OUTRAS ATIVIDADES	-	-	33	33
M É D I A	26	27	31	28,7

FONTE: Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83.

QUADRO 17

DESPESAS OPERACIONAIS S/ VENDAS
(EM PERCENTUAL)

ATIVIDADES	ITAPUÃ	POPULAR	S. MIGUEL	MÉDIA
CARNES E MIÚDOS	10	15	10	12
PESCADOS E MARISCOS	15	13	55	28
HORTALIÇAS E FRUTAS	15	-	13	14
MERCEARIAS	15	13	16	15
BARES E RESTAURANTES	18	12	13	14
SERVIÇOS	-	15	15	15
OUTRAS ATIVIDADES	-	-	15	15
M É D I A	15	14	20	16

FONTE: Pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em Dezembro - 83.

QUADRO 18
ASPECTOS FINANCEIROS DOS MERCADOS - PMS
BASE MENSAL

MERCADOS	RECEITA GERADA	DESPESA REALIZADA				DÉFICIT
	TOTAL	PESSOAL	ÁGUA LUZ	MATERIAL LIMPEZA	TOTAL	
POPULAR	1.495.020,00	2.426.999,00	1.632.211,00	44.294,00	4.103.504,00	2.608.484,00
SÃO MIGUEL	1.762.520,00	2.194.869,00	1.667.057,00	14.704,00	3.876.630,00	2.114.110,00
ITAPUÃ	226.447,00	937.496,00	107.490,00	17.321,00	1.062.307,00	835.860,00
T O T A L	3.483.987,00	5.559.364,00	3.406.758,00	76.319,00	9.042.441,00	5.558.454,00

FONTE: SESP - Dados setembro de 1984.

5.1.2. Proposta de Intervenção Física

A caracterização sócio-econômica, gerencial e comercial aliada à análise físico-espacial de cada equipamento nos permitiu encaminhar a proposta de intervenção física específica para cada mercado, enquanto que os programas de ação econômica e institucional são comuns a todos os equipamentos.

A intervenção de natureza físico-arquitetônica se orientará por mudanças e reformas apenas nas áreas comuns dos mercados. Com as demais modificações que se propõe, por indução, seguramente, os aspectos físicos e condições de apresentação de cada box serão alterados pelos próprios permissionários, ajustando-se às melhorias gerais que serão introduzidas pela Prefeitura, através deste projeto. Alguns mecanismos de estímulo para isso serão objeto da intervenção ao nível institucional e social.

Faz exceção apenas o Mercado Popular pois a transformação em entreposto de pescado proposta, nos levará a uma intervenção física maior, conforme se detalha a seguir.

As intervenções físicas, indicadas em volume anexo foram definidas a partir dos problemas verificados em função da má utilização de seu espaço, do estado de conservação e do desgaste natural dos materiais. Foram mantidas todas as características arquitetônicas de cada mercado, respeitando-se sua arquitetura, as especificações de pavimentação e acabamento. Procurou-se apenas corrigir os erros ou defeitos identificados no que se referia ao sistema de iluminação natural e ventilação e às redes de infraestrutura. Visou-se, desta forma, minimizar os custos da intervenção, e dar a cada permissionário oportunidade de, por sua própria iniciativa, modernizar suas instalações, adequando-as ao novo ambiente.

MERCADO DE ITAPUÃ

Situa-se à rua Genebaldo Fiqueredo, em Itapuã, em local de fácil acesso e circulação, ocupando um único prédio de 676,80m² cujas ca

racterísticas arquitetônicas -paredes de alvenaria com treliças de madeira e cobertura em abóboda de fibro-cimento, com estrutura em arco de madeira -marcam sua presença no local, garantindo um espaço interno bastante flexível porém com limitações de conforto ambiental.

Em seu entorno, foi instalada uma feira fixa cujos produtos básicos são os horti-fruti-granjeiros e os frutos do mar, que completam os serviços do mercado para atender à população do bairro, aos veranistas e aos frequentadores de praia.

O Quadro 19 indica as intervenções físicas propostas em função do desgaste dos materiais e de seu mau uso e, principalmente, das deficiências de iluminação e ventilação detectadas na caracterização física-espacial. A área para depósito, que se fará necessária para implantação dos novos programas de ação, devido à limitação do espaço físico, só será possível com a substituição de alguns boxes vazios, o que deverá ocorrer oportunamente.

MERCADO POPULAR

Situado à rua Frederico Pontes, com frente ao Largo Água de Meninos, acha-se inserido na zona portuária da Cidade, de onde provém grande parte de sua clientela.

Ocupa uma área total de 3.728,10m², estando sua área de comercialização contida em um único prédio de um pavimento, cujo sistema de cobertura permitiu a instalação de esquadrias próprias para iluminação e ventilação zenital. Seu pé direito é bastante elevado, garantindo um espaço interno amplo com boas condições ambientais, e a utilização de um mesanino em toda a sua frente, onde funcionam a Administração, a Sede do Sindicato de Grossistas e Varejistas de Pescado, além de pequenos escritórios.

Ligados ao prédio principal foram instalados pequenos anexos destinados a câmaras frigoríficas, sanitários, pequenas oficinas. Apresenta deficiência de área para estacionamento da clientela e

para carga e descarga de serviço, porém as condições do sistema viário local e de tráfego não permitem qualquer intervenção.

O Quadro 20 indica a caracterização física-espacial de sua área interna e de suas instalações, com a análise das consequências na comercialização e as propostas de intervenção física daí decorrentes. O dimensionamento da área destinada à comercialização do pescado, ocupando 50% do pavimento térreo e atendendo a 10 atacadistas, 9 varejistas e 16 retalhistas, foi resultante dos levantamentos cadastrais realizados.

MERCADO DE SÃO MIGUEL

Ocupando uma área de $4.085m^2$ à J.J. Seabra (Baixa dos Sapateiros), apresenta razoável movimento comercial por estar situado em um tradicional centro de comércio e serviço, frequentado, principalmente, pela população de média e baixa renda.

Espacialmente sua área interna é definida por uma sucessão de quadras, cujos boxes formam a unidade comercial básica. Os galpões, nos quais as quadras estão inseridas, variam de dimensão e devido a seu sistema de cobertura - tesouras de madeira com telhas de cimento amianto - os elementos verticais de sustentação permitem uma boa flexibilidade na ordenação do espaço.

As áreas de circulação - parte coberta e parte descoberta, situa da entre os galpões - se apresentam de forma descontínua e, às vezes, excessivamente longas, dificultando o uso das instalações e o acesso a todos os boxes.

A rua J.J. Seabra é aberta ao tráfego de coletivos e táxis, não dispondo, portanto, de facilidades para estacionamento, o que dificulta o uso do mercado enquanto equipamento de abastecimento alimentar. O serviço de carga e descarga é feito pela rua da Fonte Nova do Desterro com muitos inconvenientes.

O Quadro 21 indica as intervenções físicas propostas com base na caracterização física-espacial.

QUADRO 19
MERCADO DE ITAPUÃ

CARACTERIZAÇÃO FÍSICA/ESPACIAL	CONSEQUÊNCIA NA OPERAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	INTERVENÇÃO FÍSICA PROPOSTA
Deficiências de iluminação e ventilação	Prejudica conforto ambiental interno Impede comercialização de vários produtos que se deterioram	Abertura de vãos nas fachadas e substituições de elementos da cobertura
Sanitários públicos em precárias condições de higiene e de acesso inadequado	Não atende às necessidades da clientela e dos permissionários	Revisão do lay-out dos sanitários públicos, incluindo ampliação e acesso pela circulação interna
Piso das áreas internas desgastado	Dificulta limpeza	Reparos
Alvenarias e esquadrias divisórias de boxes/circulação mal conservadas	Prejudica aspecto interno Dificulta manutenção	Recuperação do revestimento das alvenarias Substituição das esquadrias padronizando-as
Rede de esgoto e drenagem com obstruções	Dificulta uso e manutenção	Recuperação
Instalação hidráulica insuficiente e com vazamentos	Dificulta uso Provoca aumento de despesa	Revisão do dimensionamento e das instalações
Instalação elétrica deteriorada	Dificulta uso principalmente noturno Dificulta vigilância	Revisão da rede de fiação e luminárias
Sistema de proteção contra incêndio inexistente	Põe em risco a segurança do mercado	Instalação do sistema
Inexistência de equipamentos para acondicionamento do lixo	Prejudica higiene, causa mau aspecto	Fornecimento e instalação de containers em locais adequados
Ausência do sistema de sinalização	Dificulta o uso do mercado, identificação e localização dos produtos e serviços	Estudo de programação visual

QUADRO 20
MERCADO POPULAR

(continua)

CARACTERIZAÇÃO FÍSICA/ESPACIAL	CONSEQUÊNCIAS NA COMERCIALIZAÇÃO	INTERVENÇÃO FÍSICA PROPOSTA
Utilização do espaço interno conforme composto de produtos e serviços não coerentes com atual demanda	Compromete comercialização Impede expansão das atividades mais viáveis	Revisão do lay-out para aumentar área de comercialização do pescado em detrimento da área de venda de comidas e bebidas
Indefinição de área para atividades promocionais	Não incentiva permanência da clientela	Criação do setor de animação e de restaurante típico
Precárias condições de higiene dos sanitários públicos	Não atende às necessidades da clientela e dos permissionários	Recuperação das instalações
Pavimentação interna deteriorada	Dificulta limpeza Prejudica higiene	Substituição
Paredes externas mal conservadas	Não atrai clientela	Retoques e pintura geral
Esquadrias externas danificadas	Dificulta vigilância	Substituição quando necessário
Rede de esgoto e drenagem não funciona	Prejudica uso e manutenção	Substituição
Instalação hidráulica insuficiente e com vazamentos	Prejudica uso Provoca aumento de despesa	Revisão do dimensionamento e das instalações
Instalação elétrica deteriorada Iluminação altamente deficiente	Dificulta uso principalmente para comercialização de alguns produtos Impede uso noturno Prejudica serviço de vigilância	Recuperação da fiação e substituição do sistema de iluminação
Sistema de proteção contra incêndio inexistente	Põe em risco a segurança do mercado	Instalação do sistema
Equipamentos para acondicionamento do lixo insuficientes e mal localizados	Prejudica higiene principalmente na área de comercialização do pescado Causa mal aspecto	Instalação em local adequado de containers para lixo em quantidade suficiente

MERCADO POPULAR

(conclusão)

Inexistência de proteção da encosta	Causa transtornos à administração aos permissionários e à clientela	Criação de elemento protetor contra resíduos lançados na encosta
Ausência de sistema de sinalização	Dificulta o uso do mercado, identificação e localização dos produtos e serviços	Estudo de programação visual

QUADRO 21
MERCADO SÃO MIGUEL

CARACTERIZAÇÃO FÍSICA/ESPACIAL	CONSEQUÊNCIAS NA OPERAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	INTERVENÇÃO FÍSICA PROPOSTA
Distribuição espacial boxes/circulação incompatível com uso atual	Dificulta movimentação interna Privilegia alguns boxes em detrimento de outros	Revisão do lay-out para permitir melhor circulação
Áreas utilizadas como depósitos mal localizados	Impede implantação do sistema proposto de compras conjuntas	Criação de área para depósito comum
Sanitários públicos insuficientes e em precárias condições de higiene	Não atende às necessidades da clientela e dos permissionários	Recuperação dos sanitários públicos localizados na entrada e nos fundos do mercado
Piso das áreas internas desgastado	Dificulta a limpeza	Reparos
Alvenarias e esquadrias divisórias de boxes/circulação mal conservadas	Prejudica aspecto interno Dificulta manutenção	Recuperação do revestimento das alvenarias Substituição das esquadrias padronizando-as
Cobertura danificada	Impede proteção contra intempéries Dificulta segurança	Recuperação
Paredes externas mal conservadas	Não atrai clientela	Retoques e pintura geral
Rede de esgoto e drenagem com obstruções	Dificulta uso e manutenção	Recuperação da rede com substituição onde necessário
Instalação hidráulica insuficiente e com vazamentos	Dificulta uso Provoca aumento da despesa	Revisão do dimensionamento e das instalações
Instalação elétrica deteriorada Iluminação altamente deficiente	Dificulta uso principalmente para comercialização de alguns produtos Impede uso noturno Prejudica serviço de vigilância	Recuperação da fiação e substituição do sistema de iluminação
Insuficiência e mal estado de conservação dos equipamentos contra incêndio	Põe em risco segurança do mercado	Revisão e reforço dos equipamentos existentes
Ausência de sistema de sinalização	Dificulta uso do mercado, identificação e localização dos produtos e serviços	Estudo de programação visual

QUADRO 22

MERCADOS EXISTENTES - NÚMERO DE BOXES ATUAIS

ATIVIDADES	ITAPUA	POPULAR	S.MIGUEL
CARNES E MIÚDOS	7	1	29
PESCADOS E MARISCOS	3	48	4
HORTALIÇAS E FRUTAS	5	-	47
MERCEARIAS	6	9	33
BARES E RESTAURANTES	11	84	70
SERVIÇOS	4	9	90
OUTRAS ATIVIDADES	6	20	57
T O T A L	42	171	330

FONTE: SESP - Levantamento Cadastral - Dezembro-83.

QUADRO 23

MERCADOS EXISTENTES - NÚMERO DE BOXES PROPOSTOS

ATIVIDADES	ITAPUÃ	POPULAR	S. MIGUEL
CARNES E MIÚDOS	7	3	19
PESCADOS E MARISCOS	3	68	3
HORTALIÇAS E FRUTAS	5	16	29
MERCEARIAS	6	20	21
BARES E RESTAURANTES	11	52	46
SERVIÇOS	4	20	57
OUTRAS ATIVIDADES	6	17	37
T O T A L	42	196	212

FONTE: SESP - Levantamento Cadastral - Outubro-84.

QUADRO-RESUMO

MERCADOS EXISTENTES - NÚMERO DE PERMISSÃO/RIO/SITUAÇÃO PROPOSTA

ATIVIDADES	ITAPUÃ	POPULAR	S.MIGUEL
CARNES E MIÚDOS	5	2	12
PESCADOS E MARISCOS	2	46	2
HORTALIÇAS E FRUTAS	3	11	19
MERCEARIAS	4	13	14
BARES E RESTAURANTES	7	35	31
SERVIÇOS	3	13	38
OUTRAS ATIVIDADES	4	11	25
T O T A L	28	131	141

FONTE: SESP/RENURB - Novembro-84.

5.1.3. Programa de Ação Econômico-Institucional

Como se observa, na caracterização feita anteriormente, são imensas as dificuldades que os mercados públicos enfrentam. Muitos dos problemas, porém, têm causas evidentes e dependem de uma decisão política do poder público no sentido de exercer uma ação enérgica e sistemática. Outros problemas têm raízes na estrutura econômica do país que privilegia grupos de maior poder econômico. Sem pretender mudar a estrutura de comercialização, considera-se que alguns mecanismos de ações conjuntas dos próprios comerciantes aliados ao apoio institucional de órgãos como o CEASA, possam melhorar seu poder de competição.

5.1.3.1. Apoio Mercadológico

A dinamização dos mercados públicos municipais exige um conjunto de ações que modifique a atual sistemática e métodos de comercialização, objetivando:

- expansão das vendas;
- aumento de produtividade;
- redução de perdas;
- aumento de competitividade.

O apoio mercadológico se constituirá dos seguintes aspectos:

5.1.3.1.1. Redefinição do Composto de Produtos e Serviços

Em cada mercado, a análise do composto de produtos e serviços permitirá a identificação dos ramos de atividade com boxes em excesso e os carentes, inexistentes ou inadequados (serraria por ex.).

Para a redefinição do composto, três instrumentos serão utilizados:

- pesquisa mercadológica junto à clientela atual e potencial;
- observação de técnicos do funcionamento dia a dia do mercado;
- opiniões dos permissionários e administradores.

Com a pesquisa se procurará definir não só a lista básica de produtos e serviços que atendam às necessidades da clientela, como também o perfil do consumidor, sua motivação positiva ou negativa para compra no mercado.

As mudanças decorrentes da redefinição do composto mercadológico serão realizadas a partir da mudança de destinação de boxes fechados, e da sensibilização e orientação a atuais permissionários ou candidatos a permissionários.

5.1.3.1.2. Ajustamento na Sistemática de Compras

É sabido que a mudança da estrutura de comercialização, sobretudo de produtos agrícolas encontra obstáculos de várias naturezas. A ausência de poder de barganha dos pequenos varejistas deve-se, basicamente, a fatores estruturais, porém decorrem, também, da inexistência de organização e orientação dos próprios varejistas. Além dos aspectos estruturais, deve-se levar em conta os gerenciais, o que, como e quando comprar.

Não é, contudo, suficiente que se transmitam aos varejistas noções técnicas de como realizar suas compras. Há também necessidade de se identificar todas as fontes de suprimento, inclusive produtoras, as condições de oferta, de mobilizar grupos varejistas de ramos similares para que realizem compras conjuntas, utilizando transporte comum para que discutam com os fornecedores as condições de compra.

Assim, a mudança na sistemática de compras poderá se constituir nos seguintes passos:

- coleta de informações sobre as fontes de suprimento: peças, qualidade, prazo, custo do transporte;
- orientações técnicas sobre o volume, frequência e controle de compras;
- formação de grupos para utilização de transporte comum;

- formação de grupos de varejistas que possam realizar compras em conjunto em maior volume e melhorar seu poder de barganha junto ao fornecedor;
- associação permanente para compras em conjunto.

A partir de sondagens feitas junto a órgãos públicos, verificou-se a possibilidade de apoio institucional de órgãos como a CEASA e a COBAL para iniciativas dessa natureza que visem abreviar os ca nais de comercialização e reduzir custos e intermediações de fon tes de suprimentos, informações sobre preços, etc. A COBAL poderia funcionar como atacadista para alguns produtos para os per missionários.

5.1.3.1.3. Dinamização das Vendas

Analizado o "composto dos mercados" e visto o perfil da clientela, será definida a estratégia de ampliação das vendas, visando o aumento do número de clientes e o aumento de venda média por clien te, com a agregação à clientela dos segmentos de renda um pouco mais alta do que os atuais.

Para a consecução desses objetivos as ações deverão estar voltadas para os seguintes aspectos:

- preços;
- produtos;
- promoções e propaganda;
- condições ambientais.

5.1.3.1.3.1. Preços

Acredita-se que os preços dos mercados sejam superiores aos dos supermerca dos e mercearias, e tal fato deve-se não só à forma como são realiza das as vendas (pequenos volumes) mas, sobretudo, à sistemática de compras. Há, contudo, outros fatores, de natureza gerencial, que

influenciam os preços nos mercados (rotação dos produtos, especulação, margem de lucro bruto). Diante disso, é necessário comparar os preços: a) com supermercados; b) com mercearias; c) com feiras. A partir daí, estabelecer com os permissionários uma estratégia que permita garantir sua rentabilidade e se constituir como fonte de atração da clientela.

Desde que se obtenham melhorias na sistemática de compras, o fator preço pode ser um elemento das campanhas de propaganda, independente de se explorar outros aspectos específicos dos mercados que têm forte apelo mercadológico.

5.1.3.1.3.2. Produtos e Serviços

A partir de pesquisa junto aos consumidores, poderá ser revista a lista de produtos vendidos nos mercados, com possível ampliação e modificações.

Visando a agregação de outros segmentos de classe à clientela dos mercados, conseqüente à melhoria do ambiente físico e ao programa de apoio mercadológico, algumas mudanças deverão ser feitas em relação aos produtos:

a) quanto à qualidade:

- maior cuidado na seleção e compra dos produtos;
- conservação - cuidados na armazenagem, transporte e manuseio;

b) quanto à diversificação:

- a pesquisa poderá definir o grau de diversificação;

c) quanto à exposição:

- os produtos deverão ser expostos de forma mais racional e que atraia os clientes; isto será objeto do programa de orientação técnica permanente no aspecto de merchandising;

d) oferta de serviços adicionais:

- além dos serviços que deverão fazer parte do conjunto de boxes, os permissionários deverão oferecer serviços que possam atrair os clientes, já existentes em supermercados ou específicos do mercado. A introdução de cestas e/ou carrinhos para carregamento das compras, a reserva ou encomenda de produtos, sacos embalagem (padrão) poderão ser alternativas a serem analisadas concretamente. Alguns serviços públicos devem ser instalados: telefone público, correio, etc. A entrega a domicílio também poderá ser estudada.

5.1.3.1.3.3. Propaganda

As mudanças de ordem física e novas condições ambientais devem ser valorizadas em termos mercadológicos. Portanto, intensa propaganda, no início, deverá ser feita para divulgar nova imagem do mercado que possa acentuar os seguintes aspectos:

Aspectos Atuais:

- poder de escolha e manuseio dos produtos;
- tratamento personalizado ao cliente;
- qualidade dos produtos;
- aberto aos domingos;
- facilidade de acesso;
- atendimento à encomenda ou reserva de produtos.

Aspectos a partir das mudanças:

- maior flexibilidade no horário de atendimento;
- melhores preços;
- segurança;
- ambiente simples e descontraído;
- comidas típicas;
- não tem filas.

A propaganda deve começar com uma campanha institucional que re-

valorize o mercado como equipamento de serviço público, inserido na cultura baiana e que oferece alternativas de compras para os diversos segmentos de classe social. Posteriormente, campanhas mais localizadas em torno dos segmentos que o mercado pode atingir, utilizando meios mais econômicos e mais adequados ao tipo de clientela: rádio, alto-falantes, folhetos, out-doors. Deve-se buscar formas que não onerem os custos dos permissionários, portanto, deve-se procurar fazê-la com auxílio de alguns fornecedores, de forma cooperativa. O próprio espaço do mercado deverá ser utilizado para isso, advindo daí receitas adicionais.

Ao plano de propaganda vincula-se o plano de promoções e eventos e o de merchandising, este voltado para os pontos de vendas através da melhor exposição de produtos, cartazes indicadores dos produtos e dos preços e no caso de campanhas promocionais: bandeiras. Articula-se também à programação visual para o mercado como um todo, com letreiros externos, logotipo e, internamente, as indicações dos diversos boxes com a especificação de produtos. Deverá ser criada uma marca e um logotipo para os mercados.

5.1.3.1.3.4. Promoções e Eventos

Deverão ser desenvolvidas campanhas promocionais que revivam algumas tradições da Bahia e que possam resultar num aumento de movimentação de pessoas nos mercados. Neste sentido, espetáculos de dança regional e shows populares devem ser introduzidos nos mercados que ofereçam espaços apropriados. A apresentação destes espetáculos deverá vincular as ofertas promocionais em termos de produtos e comidas. A partir de algumas características de cada mercado, dever-se-á elaborar um plano que possa caracterizar cada mercado com comidas e bebidas típicas. Acreditamos, por exemplo, que o Mercado Popular, poderá se caracterizar por oferecer uma peixada baiana; o São Miguel, o caruru; o de Itapuã, o mocotô.

Outras iniciativas promocionais deverão ser relacionadas, inclusive para que se possa incluir os mercados nos roteiros turísticos da cidade.

Neste aspecto, algumas atividades de lazer serão programadas para realização nas áreas dos mercados, como seja: samba de roda, maculelê, demonstração de capoeira, realização de festas típicas (São João, São Cosme, Santo Antonio, etc.).

A abertura dos mercados aos domingos é um aspecto que deverá ser enfatizado nestas campanhas.

5.1.3.1.3.5. Condições Ambientais

As novas condições ambientais que caracterizarão os mercados após as intervenções físicas aqui definidas e resultantes dos trabalhos de programação visual, acrescidas da aplicação de técnicas de exposição de mercadorias, exercerão papel preponderante na dinamização das vendas.

5.1.3.2. Apoio Institucional

As mudanças na área comercial e mercadológica dos mercados exigem também modificações na forma de gerí-los. Ficou claro (item 5.1.1.) que muitos dos problemas existentes nos mercados decorrem da forma paternalista, liberal e centralizada de administrá-lo. Em decorrência disto e de outros fatores, não há nenhum esforço e compromisso dos permissionários em participar dos custos operacionais do mercado, nem mesmo, em arcar com despesas comuns e pior ainda, até mesmo de despesas diretas de cada um, como as de água e de energia.

Coerente com toda a filosofia do projeto, no aspecto institucional, pretende-se preparar os permissionários para que participem da gestão do mercado de forma ativa e não meramente fiscalizadora. As mudanças sugeridas deverão ser implantadas de forma gradativa, após um processo de conscientização em que os permissionários possam assumir concretamente suas responsabilidades. As mudanças pressupõem também algumas modificações na legislação que rege a matéria (Dec. nº 4.872, de 26/12/75).

5.1.3.2.1. Estrutura Administrativa

Propõe-se a descentralização das decisões, criando-se um Conselho de Administração formado pelos próprios permissionários com caráter deliberativo. O Administrador, com funções executivas, designado pela Secretaria de Serviços Públicos da PMS, faria parte deste colegiado, junto com 4 membros eleitos, anualmente, pelos permissionários. Ao lado disso, seriam criadas também 3 comissões especiais, formadas cada uma por 3 permissionários eleitos: estas comissões auxiliariam o administrador na execução de sua tarefa, principalmente na fiscalização das atividades. As comissões especiais seriam de: Promoções e Propaganda; Vigilância e Segurança; Limpeza e Arrumação.

Ao Conselho de Administração caberá decisões a respeito de substituição e aprovação de permissionários, mudanças de destinação de boxes, planos de promoção e propaganda, encaminhamento de pleitos junto à Prefeitura e outros órgãos públicos, aprovação dos orçamentos de despesas, prestação de contas, admissão e dispensa do pessoal. O poder de decisão estaria limitado por disposições legais que regulamentarão o funcionamento do mercado. As decisões do Secretário de Serviços Públicos não ficarão adstritas às deliberações do Conselho.

As Comissões Especiais acompanharão a execução destas decisões nos assuntos de sua competência, apresentando ao Administrador as sugestões e recomendações para a melhoria do funcionamento do mercado.

A estrutura proposta objetiva provocar maior participação e responsabilidade dos permissionários nas decisões.

Além de, no aspecto institucional, concretizar a filosofia do projeto, tem por base experiência já realizada pela Prefeitura no Mercado Modelo. A estrutura proposta amplia um pouco mais as atribuições dadas aos representantes dos permissionários do Mercado Modelo, pois, o Conselho tem atribuições não só fiscalizadoras mas deliberativas. A experiência do Mercado Modelo tem dado

resultados, evidentemente, que não são por este motivo. O aspecto administrativo, contudo, tem contribuído para o seu dinamismo. Observa-se que é um dos poucos mercados em que a receita prevista é arrecadada em torno de 90% e em que a receita operacional consegue cobrir os custos. A participação dos permissionários em certas atividades, acompanhando-as e fiscalizando-as, poderá inclusive reduzir despesas, melhorando o serviço.

Em termos de estratégia de implantação poder-se-á implantar nos mercados a estrutura já posta em prática no Mercado Modelo, ou seja, Administrador/Comissão Fiscal, e gradativamente se ampliarão os poderes da Comissão, chamada Fiscal. Do ponto de vista da regulamentação legal, recomenda-se que haja apenas um Decreto em termos mais gerais, criando a Comissão e, posteriormente, com a prática e discussão entre os permissionários, elaborar-se o regulamento, com disposições específicas.

A experiência de participação dos permissionários através do Conselho de Administração poderá resultar numa maior autonomia administrativa, financeira e flexibilidade operacional dos mercados.

Da mesma forma, como no apoio mercadológico, a participação nas decisões exigirá todo um processo de conscientização dos permissionários o que se poderá alcançar através do treinamento e do apoio gerencial.

5.1.3.2.2. Regulamentação/Normas Administrativas

O funcionamento mais dinâmico dos mercados exigirá uma série de normas que disciplinem as atividades, a destinação dos boxes, o pagamento de despesas comuns, penalidades por infrações, sistema de limpeza e policiamento.

Entretanto, os novos comportamentos a serem assumidos pelos permissionários dependerão não apenas de Decreto, mas de uma série de mudanças e de um processo educativo e de conscientização.

Assim, cada mercado deverá ter seu regulamento, especificando todas as obrigações e direitos dos permissionários e disposições específicas sobre o seu funcionamento. Recomenda-se, contudo, que a regulamentação mais específica seja estabelecida, a partir da experimentação de algumas mudanças para que as normas não fiquem apenas no papel. Portanto, inicialmente deverá ser editado um Decreto que estipule as normas gerais de organização e administração e de acordo com o desenrolar do processo de mudanças seja elaborada a regulamentação específica. As obrigações dos permissionários quanto ao pagamento de taxas como as de limpeza pública, segurança, iluminação, energia elétrica, telefone, despesas de conservação e vigilância interna, já estão previstas em Lei (Dec. nº 4.872, de 26/12/1975). Trata-se apenas de exigir o seu cumprimento o que implicará na extinção do déficit atual, suportado pelos cofres públicos.

A experiência com o Mercado Modelo, neste particular, servirá também como referência. Os permissionários participam das despesas comuns, além de pagarem o preço público pelo uso dos espaços. Por outro lado, este mercado dispõe também de regulamentação própria, através do Dec. nº 4.145, de 30/06/1971.

Impõe-se, ainda, mudança quanto à fixação dos preços públicos, tomando-se como referência não apenas o tamanho do espaço, mas também o tipo de atividade desenvolvida. Os preços devem sofrer uma majoração em função da maior rentabilidade que se pretende imprimir às atividades do mercado. Esta majoração deverá ser gradativa e implantada somente a partir da melhoria nas condições físicas e ambientais dos mercados. O reajuste de preços e a mudança de critérios é prerrogativa do poder público municipal, regulado pelo Dec. nº 4.872, de 26/12/75, arts. 6º e 7º, inciso 38, artigo 45 da Lei 2.313/71 modificada pela Lei 3.220/82, combinado com o artigo 316 da Lei 1.934/66 (Anexo 3).

5.1.3.2.3. Apoio Institucional de Órgãos Vinculados ao Sistema de Abastecimento

Contar-se-á com o apoio dos órgãos vinculados ao sistema de abas

tecimento que poderá consistir no seguinte:

- COBAL - atuação como atacadista para os permissionários;
- ajuda no treinamento aos permissionários;
- CEASA (Anexo 4);
- fornecimento de informações sobre fontes de suprimentos;
- apoio na realização de compras conjuntas junto às fontes produtoras;
- participação no grupo executivo para implantação do projeto;
- consultoria técnica na área de abastecimento alimentar.

5.1.3.3. Instrumentos de Ação

O plano proposto será concretizado através de alguns instrumentos de ação já utilizados em outras situações, porém, voltados para clientela semelhante. A experiência de trabalho de um dos órgãos que participa deste Projeto - o CEDEC, realizada por mais de 10 anos, com pequenas e micro-empresas comerciais, servirão, no mínimo, como referencial para um programa de revitalização dos mercados.

Os instrumentos de ação disponíveis para as mudanças recomendadas nos itens 1 e 2, são:

5.1.3.3.1. Pesquisa Mercadológica

A pesquisa deverá ser realizada não só com atuais frequentadores dos mercados nas áreas, mas também com os moradores situados até 3 km do local do mercado, através de amostragem.

A pesquisa procurará definir o perfil do consumidor atual e potencial - suas características e comportamentos básicos. Aspectos de preços e da concorrência deverão ser também pesquisados.

5.1.3.3.2. Apoio Gerencial

Com o "Apoio Gerencial" queremos traduzir uma série de ações que muitos denominaram assistência gerencial ou assistência técnica.

O apoio gerencial significa para nós uma relação de ajuda em que os permissionários deverão ter um papel não só de objeto mas de sujeito, participante e responsável por todas as ações. Consideramos que para se tornarem viáveis as mudanças e terem seus efeitos duradouros, os permissionários devem ser não apenas consulta dos mas, participarem efetivamente de todo o projeto. Por esta razão as proposições deste Projeto têm características de indicações para ação, condicionadas à aceitação e contribuição dos permissionários. Não se quer dizer com isso que o papel dos órgãos envolvidos e dos técnicos será apenas de executores das proposições. Os técnicos serão também agentes e co-participantes do processo e trabalharão junto com os permissionários na elaboração e detalhamento das ações. Fornecerão informações transmitidas pelos permissionários com base em sua experiência e sensibilidade comercial.

O apoio gerencial consistirá inicialmente na identificação dos problemas existentes das forças impulsivas e restritivas e das alternativas de solução. Trata-se, no primeiro momento, do AUTO-DIAGNÓSTICO que os permissionários farão junto com os técnicos de toda a situação do mercado e seu meio ambiente. O auto-diagnóstico tentará identificar:

- interesses e objetivos dos permissionários;
- interesses contrários;
- vantagens e desvantagens de situação atual;
- fatores internos e externos que afetaram a situação;
- ações que podem concorrer para a mudança das situações.

A partir do AUTO-DIAGNÓSTICO, algumas ações imediatas serão programadas e, após sua realização, novas revisões e novas programações, de forma sistemática.

Durante a realização das ações, se desenvolverá o Acompanhamento Técnico no qual se subsidiarão os trabalhos a serem desenvolvidos pelos permissionários com informações e orientações técnicas de natureza mercadológica e gerencial. O acompanhamento técnico se constituirá de uma consultoria técnica que divulgará para os permissionários informações e orientações de natureza mercadológica administrativa e gerencial. Estas orientações terão o caráter geral, visando todo o conjunto do mercado, com orientações específicas para cada box, ou em grupo sendo que, as primeiras terão caráter prioritário. Terão ênfase especial na área de "Merchandising", com orientação na exposição e arrumação de produtos.

5.1.3.3.3. Treinamento

Paralelamente ao apoio gerencial e complementando-o deverá ser desenvolvido um programa de treinamento que atenda às necessidades detectadas no auto-diagnóstico. O conteúdo do treinamento será definido no Programa de ação, porém, como hipótese de trabalho baseada na experiência com micro-empresários, apontam-se os seguintes tipos de cursos:

- Gerência Comercial: Compras - Vendas - Estoques;
- Relação Humanas;
- Resultados Operacionais: Receita/Despesa/Lucros/Controle e avaliação.

Deverão ser desenvolvidos cursos de pequena duração (10 a 12 hs), em local adequado e decidido com os permissionários, orientados pelas seguintes normas:

- transmissão de técnicas simples, adequadas à realidade;
- linguagem compatível;
- abordagem de problemas concretos vivenciados pela clientela.

Os aspectos metodológicos serão tratados na seção - 4.

5.1.3.3.4. Crédito Orientado

A obtenção de financiamento para compra de equipamentos e produtos deverá estar condicionada ao esforço de melhorar a produtividade e não apenas a simples expansão das operações. Na medida em que se identifique a oportunidade de um reforço dos estoques, discutir-se-á a possibilidade de se realizar compras em maior escala junto a fontes produtoras e se poderá buscar o financiamento preparando-se os permissionários para sua aplicação.

Em caso de utilização de linhas de financiamento já existentes, se fará toda uma orientação prévia de como utilizar os recursos e os custos e riscos dele advindos.

Para este fim se procurará canalizar recursos de Programas de apoio creditício com juros subsidiados executados pelo DESENBANCO, criados pelo BNDES, e/ou da linha SEPLAN/CEBRAE.

5.1.3.3.5. Associação

Será o instrumento básico de ação dos permissionários, não só no aspecto legal para condução de ações mas, principalmente, pelo aspecto educativo e catalizador. Inicialmente, não se deve ter maiores preocupações com o aspecto legal (registro, estudos) mas pelo funcionamento real da associação: reuniões, discussão e acompanhamento do projeto.

A associação será a base para uma nova forma de gestão dos mercados.

5.1.3.4. Metodologia para o Apoio Técnico-Gerencial

5.1.3.4.1. Diretrizes Metodológicas

a) Todo o trabalho será pautado em discussões com os permissioná

rios, procurando captar suas necessidades e aspirações e conscientizando-os do papel dos mercados na comercialização de gêneros de primeira necessidade da população;

- b) As propostas de mudanças deverão ser discutidas em profundidade com os permissionários e só postas em prática quando obtiverem a concordância da maioria dos permissionários;
- c) Em todas as fases do projeto se deverá proceder à avaliação paralela à ação para correção e ajustamento de possíveis incorreções;
- d) A equipe técnica funcionará como motivadora e animadora do processo de mudanças.

5.1.3.4.2. Etapas

5.1.3.4.2.1. Preparação e Treinamento da Equipe Técnica

Será desenvolvido um treinamento em torno de 120 hs da Equipe Técnica que constará do seguinte:

- a) Conhecimento da sistemática e filosofia do projeto;
- b) Observação do dia a dia dos mercados para sentir o seu funcionamento e a problemática;
- c) Estudo in loco de experiências similares desenvolvidas principalmente no Nordeste (Recife, CEAG e Rede Somar)
- d) Seminário técnico sobre:
 - metodologia de pesquisa/ação;
 - aspectos da comercialização de gêneros alimentícios.

5.1.3.4.2.2. Sensibilização

- Divulgação por vários meios (contatos pessoais, reuniões, folhetos, cartas, cartazes, etc.) dos principais aspectos do Projeto

jeto e da necessidade de participação dos permissionários e dos administradores e funcionários;

- Sensibilização da comunidade para o papel dos mercados e sua problemática atual.

5.1.3.4.2.3. Auto-Diagnóstico

Levantamento de situação e problemas dos mercados, sugestões para mudanças e programa de ação imediata.

5.1.3.4.2.4. Reuniões Periódicas de avaliação e reprogramação das ações, segundo o método de PESQUISA/AÇÃO.

5.1.3.4.2.5. Treinamento sistemático a partir do levantamento de necessidades detectadas no AUTO-DIAGNÓSTICO.

5.1.3.4.2.6. Orientação e Acompanhamento Técnico no aspecto organizacional e gerencial dos permissionários.

5.1.3.4.2.7. Institucionalização da nova forma de gestão dos mercados (regulamento e normas de funcionamento).

5.1.3.4.2.8. Realização dos Planos Promocionais, de Propaganda.

5.2. SISTEMA DE NOVOS MERCADOS

5.2.1. Seleção de Áreas

A seleção das áreas para os novos mercados se baseou em critérios de natureza sócio-econômica e de ordem física:

- áreas situadas em bairros de população de baixa e média renda, com significativa densidade demográfica e com potencial de expansão urbana;
- áreas com possibilidades de desempenhar, por sua localização e função, o papel de centro polarizador de outras atividades como feiras livres e comércio informal;
- áreas próximas às vias coletoras do sistema viário que garantam acesso também à população dos bairros vizinhos, assegurando assim a otimização do equipamento;
- áreas situadas em terra pública ou em terrenos passíveis de desapropriação;
- áreas com dimensões compatíveis à natureza dos equipamentos propostos;
- áreas com condições de solo e de relevo favoráveis à implantação do equipamento proposto.

Na etapa de estudo preliminar, haviam sido selecionadas 4 áreas situadas nos bairros de Lobato, Sussuarana, Boa Viagem e no Subcentro de Jaguaribe. A princípio todas estas áreas atendiam aos pré-requisitos estabelecidos acima. Porém, com o desenvolvimento dos estudos, as áreas de Boa Viagem e subcentro de Jaguaribe se mostraram inadequadas: o terreno escolhido para a localização do equipamento de Boa Viagem é de propriedade particular e sua desapropriação, neste momento, é inviável; a instalação do subcentro de Jaguaribe ainda se constitui uma proposta e seus equipamentos serão dimensionados com base na população potencial e na atualmente instalada em seu entorno que, inclusive, já se utiliza de uma razoável oferta de equipamentos de abastecimento.

Em contato com a URBIS, órgão responsável pela implantação dos Conjuntos Habitacionais Cajazeiras/Fazenda Grande, identificou-se uma área naquele bairro, que atenderá não só aos citados conjuntos, como também ao bairro de Castelo Branco.

Assim, os novos mercados propostos (prancha nº 2) situam-se nos bairros de Lobato, Sussuarana e Cajazeiras.

5.2.1.1. Características das Áreas Selecionadas

Em Lobato, foi identificada uma área, pertencente à Companhia Química do Recôncavo - CQR, cujas instalações acham-se quase completamente desativadas; o terreno perfaz mais de 68.000m², estrategicamente localizado na Península Joanes, tendo sido indicado no Estudo do Uso do Solo do Corredor do TREMSURB como área de uso de habitação, comércio e serviços.

Articula-se com a Estação de Lobato e, conseqüentemente, com todo o sistema de transporte ferroviário que atende aos subúrbios, pela rua da Península Joanes, numa distância de 300m. Ao sul, uma estreita faixa de uso residencial a separa da Avenida Suburbana. A leste, limita-se com o bairro de Alagados através de uma rua que já apresenta hoje uma vocação para o uso comercial; um posto fixo da EBAL foi instalado na Av. Suburbana, na confluência com esta rua.

A implantação do novo equipamento comercial próximo ao mar, em local com previsão de portos de saveiros, permitirá uma maior agilização na comercialização do pescado.

Propõe-se, para tanto, o uso de uma parcela do terreno localizada na faixa limítrofe com Alagados. Sua desapropriação deverá ser incluída na negociação total a ser feita com a CQR, visando a implantação de um Centro de Comércio e Serviços, provavelmente integrado a um Conjunto Habitacional.

A população dos bairros de Lobato e Alagados, que será diretamente atendida por este novo mercado, assim como a dos demais subúrbios, se caracteriza por uma faixa de renda entre 0 e 3 salários mínimos.

Em Sussuarana, foi identificada uma área atualmente utilizada para atividades esportivas, de topografia plana, situada ao longo da estrada de Sussuarana, defronte ao Loteamento Nova Sussuarana. Como o sistema viário proposto para o Miolo prevê a criação de uma Avenida de Vale pelo rio Pituaçu e como uma ligação entre esta Avenida e a estrada de Sussuarana está prevista em local bem próximo a esta área, presume-se que este equipamento poderá atender não só à população do bairro, caracterizada por uma renda média entre 0 e 3 salários mínimos, assim como aos usuários do sistema viário principal e à população que exerce atividades no CAB - Centro Administrativo da Bahia. Inicialmente, tentou-se identificar uma área situada às margens da via proposta, porém as condições topográficas do vale (muito estreito) não o permitiram.

Em ponto estratégico de confluência do sistema viário do Miolo, na interligação da Via Regional com as vias de acesso a Castelo Branco e Cajazeiras, em trecho coincidente com a proposta Avenida do Vale do Jaguaribe, foi identificada uma área de propriedade da URBIS, atualmente utilizada para atividades esportivas e que já se acha quase completamente terraplenada. Estes Bairros estão sendo ocupados por uma população com nível de renda entre 2 e 5 salários mínimos.

Cabe ressaltar que todos os bairros a serem atendidos pelos novos mercados são carentes de equipamentos de abastecimento alimentar, conforme ilustra a prancha nº 1. E ainda, que o perfil de sua população nos leva a afirmar que os futuros permissionários a serem alocados nos novos mercados poderão ser recrutados em seu próprio contingente, conforme demonstram as listas de inscrição

da URBIS, feitas entre os ocupantes dos Conjuntos Habitacionais, para candidatos a exploração dos equipamentos de comércio de bairro (Anexo 5). No Mercado de Lobato, poder-se-á alôcar os atuais permissionários do Mercado do Curtume, situado a 2,5km de distância, e que deverão ser provavelmente desativados.

5.2.1.2. Características Locacionais

Resumimos aqui as principais características locacionais de cada área selecionada.

LOBATO

- terreno situado na Península Joanes (Lobato) com área total de 68.000m², de propriedade da CQR;
- fração do terreno necessária ao projeto com pequena declividade, livre de ocupação;
- inserido em áreas de população de baixa renda (Alagados, Subúrbios);
- fácil articulação com o sistema viário (próximo à Suburbana) e com o sistema ferroviário (através da Estação de Lobato);
- proximidade do mar, em ponto que permite fácil descarga do peixe fresco;
- área com vocação para atividade de comércio e serviço.

SUSSUARANA

- terreno situado às margens da estrada de Sussuarana;
- propriedade particular, passível de desapropriação, livre, utilizada para atividades esportivas;
- será integrado ao sistema de vales por ligação projetada;
- circundado por bairros de classe de renda baixa, com tendência de crescimento;

- próximo ao Centro Administrativo da Bahia.

CAJAZEIRAS

- terreno situado na confluência da Via Regional com os acessos para Cajazeiras e Castelo Branco;
- circundado por bairros de classe de renda média e baixa, em processo de expansão pela implantação de novos conjuntos habitacionais;
- de propriedade do Estado (URBIS);
- domínio visual privilegiado.

5.2.2. Caracterização dos Novos Mercados

5.2.2.1. Critério de Dimensionamento

Para a definição do dimensionamento dos novos mercados, adotou-se como critério o estudo comparativo com os horto-mercados, que são, hoje, comprovadamente os equipamentos públicos que melhor atendem à população no Setor de Abastecimento Alimentar, principalmente no que concerne à oferta de horti-fruti-granjeiros, cereais e estivas, carnes, aves e peixes. Os atuais mercados municipais apresentam uma estrutura físico-espacial-comercial resultante de um modelo que não poderia ser mais repetido, hoje. A construção dos horto-mercados foi resultante de programa específico, desenvolvido pela CONDER. Suas características de localização, dimensionamento, programa arquitetônico, obedeceram a rigoroso estudo. Assim, procurou-se conhecer este trabalho, especialmente as diretrizes que orientaram seus projetos.

A metodologia adotada foi:

- a) análise físico-espacial de cada um dos três horto-mercados, com base em observações locais e informações da CEASA;
- b) identificação da população que, por critérios urbanísticos, pode se utilizar destes equipamentos, ou por residir em seu entorno imediato, ou utilizando o sistema viário e de transporte;
- c) quantificação desta população;
- d) comparação entre área construída e população atendida;
- e) identificação da população a ser servida pelos novos mercados;
- f) por critério comparativo, pré-dimensionamento dos novos mercados.

Em análise preliminar, levantou-se a área construída de cada horto-mercado e demais equipamentos anexos, procurando-se identifi-

car as funções exercidas por cada um, sua capacidade de atendimento, as condições sócio-econômicas dos permissionários, as características da clientela. O Mercado do Ogunjã é o de maior porte com aproximadamente 9.000m², seguindo-se o do Rio Vermelho, com 6.000m² e o de Narandiba, com 3.000m². O movimento de comercialização e, conseqüentemente, da clientela, correspondem à graduação de porte. Quanto aos demais equipamentos, o Mercado de Carne já foi incluído como anexo em todos os três; a Cesta do Povo está presente no do Ogunjã e Narandiba, inclusive no mesmo espaço coberto, tendo uma área para ela reservada no do Rio Vermelho.

Na prancha nº 2 procurou-se visualizar as prováveis zonas de influência imediata, o conjunto de bairros mais diretamente beneficiados por estes equipamentos. Utilizando-se as informações de população residente por região censitária (9), chegou-se aos seguintes resultados aproximados de população atendida:

- Mercado do Ogunjã: 50.000 hab;
- Mercado do Rio Vermelho: 67.700 hab;
- Mercado de Narandiba: 7.600 hab.

Observa-se que a relação entre a dimensão do equipamento e a população de seu entorno imediato não se mantém constante, o que se explica pela impossibilidade de quantificação da população usuária do sistema viário que se beneficia do equipamento e da população potencial. Assim, no Mercado do Ogunjã, por sua localização em importante artéria de ligação das Avenidas de Vale, uma pesquisa mercadológica nos indicará, provavelmente, que grande parcela de sua clientela é proveniente de outros bairros. O de Narandiba foi previsto para uma população potencial, que ainda está ocupando gradativamente aquele setor da Cidade, com o agravante de que a população dos bairros de Engomadeira e Beiru, que por sua localização poderia estar se beneficiando deste equipamento, ainda não o faz por não dispor de um sistema viário que lhe facilite.

A exemplo do exercício anterior, após a localização no mapa das áreas selecionadas para instalação dos três novos mercados, pro-

curou-se identificar as áreas já urbanizadas ou com potencial para urbanização cuja população, por facilidades do sistema viário atual ou proposto, poderá vir a se beneficiar com estes equipamentos, procedendo-se ao cálculo de seu contingente populacional atual (9):

- Lobato: 39.600 hab;
- Sussuarana: 10.800 hab;
- Cajazeiras: 35.100 hab.

Foi então possível estabelecer-se o pré-dimensionamento dos novos mercados, a partir da comparação entre área construída, função exercida, população atendida dos horto-mercados, com a população a ser servida pelos novos:

- Mercado de Lobato: 5.000m²;
- Mercado de Sussuarana: 4.000m²;
- Mercado de Cajazeiras: 5.000m².

5.2.2.2. O Programa Arquitetônico

Os programas em que, inicialmente, os projetos de arquitetura dos horto-mercados se basearam foram comuns, conforme proposta de setorização, atendendo ao composto de produtos vendidos e serviços oferecidos estimado. Os percentuais de cada setor variaram, principalmente pelas funções a serem exercidas por cada equipamento, enquanto Centro de Abastecimento e pelo grau de importância da comercialização de cada produto.

Em princípio, um Centro de Abastecimento Alimentar possui os seguintes setores:

- Horti-fruti-granjeiros (incluindo produtos sazonais);
- Carnes, peixes, aves;
- Cereais e estivas;
- Animação (lanchonete, plantas e flores, aquário);

- Não alimentos (confeções, artesanato, armarinho, livros e revistas, discos);
- Serviços de utilidade pública (comunicações, bancos, correios e telégrafos);
- Serviços populares (dep. bebidas, sapateiro, chaveiro, relojoeiro, fotógrafo, barbeiro);
- Administração e segurança (sede da administração, posto policial);
- Apoio e conforto (sanitários públicos, apoio para administração);
- Depósito.

O setor "animação" funciona como elemento central, catalizador da clientela e é base para o esquema promocional. Os jardins do mercado aí se situam, ligados aos boxes de vendas de plantas e aquã rios..As lanchonetes se abrem para este espaço, onde são colocados bancos e mesas para atender a seus clientes, que o dinamizam.

Em seu entorno, se distribuem de forma radial, os demais setores. As técnicas de marketing recomendam que os mais tênues, a exemplo do de cereais e estivas, se localizem nos vetores de menor deslocamento, enquanto os mais consolidados, tipo carnes, podem ser deslocados para posições mais extremas, provocando um fluxo obrigatório que favorece e promove os mais fracos.

Acoplada ao setor de horti-fruti-granjeiros, a plataforma para produtos sazonais é um importante ponto de apoio para a comercialização.

O envolvimento de toda a área construída por rua de circulação de veículos, com estacionamento e pontos para carga e descarga, diluiu o privilégio dos boxes supostamente situados ã entrada, nivelando todos os boxes e setores em relação ãs facilidades de acesso.

Segundo informações colhidas com a atual administração da CEASA,

a ocupação dos três equipamentos não obedeceu rigorosamente aos critérios e objetivos que nortearam sua concepção básica. Parece-nos que as modificações introduzidas interferiram e comprometeram principalmente a organização do espaço físico, o gerenciamento e a comercialização.

O Quadro 24 indica os percentuais com que cada setor comparece atualmente nos três horto-mercados.

O programa arquitetônico para cada novo mercado foi resultado da definição preliminar do composto de produtos e serviços, feito a partir da análise dos dados do Quadro 24; os percentuais de cada setor variaram conforme a função específica de cada equipamento, a oferta de outros centros de comércio e serviços em seu entorno, a priorização para oferta de alguns produtos ou serviços, a identificação de uma demanda específica.

Os projetos de arquitetura analisados e pesquisados, indicam a subdivisão em setores, seus percentuais e suas respectivas áreas, resultantes do programa inicial.

5.2.2.3. O Projeto Arquitetônico

A análise dos projetos arquitetônicos dos horto-mercados considerou o partido adotado para as soluções estruturais e a definição e uso dos espaços criados.

No Mercado do Rio Vermelho (primeiro a ser projetado e construído), foi implantado um projeto piloto, utilizando um "MODELO" passível de implantação em qualquer outra área, constituído de uma sucessão de módulos de forma hexazonal, que justapostos em todos os lados, adequando-se à dimensão e topografia de cada terreno, definem espaços cobertos que se interligam.

A cobertura é em FIBERGLASS, apoiada em estruturas metálicas, as sentadas em pilares de concreto.

O pequeno espaçamento entre os pilares limitou a distribuição es pacial dos boxes, cujas formas triangular, trapezoidal ou hexazo nal muitas vezes não atendem às exigências da comercialização e não permitem um bom uso. Agrava-se esta situação no setor de hortifrutigranjeiro, com balcões e estantes metálicas pré-moldadas dispostas linearmente, que não se adaptam à modulação da cobertu ra, definindo espaços que não condizem com os dos elementos es truturais.

No Mercado de Narandiba, construído a seguir, procurou-se mini zar alguns desses erros, porém observa-se neste equipamento que a área útil de comercialização é pequena em relação à área total, predominando os espaços para circulação e estar.

No Mercado do Ogunjá, foi adotado outro partido arquitetônico, que u tiliza uma cobertura em melha espacial de alumínio, coberta com telha de alumínio, vencendo vãos de 30m. Os grandes vãos entre pila res liberam o espaço para comercialização, permitindo uma maior dinâmica na setorização.

As instalações elétrica e hidráulica foram distribuídas através de ramais aéreos, aparentes, na malha espacial da cobertura, pos sibilitando flexibilidade nas redefinições de uso do espaço e fa cilidade de manutenção.

Em todos os mercados, a dimensão dos boxes varia de 8 a 24m² con forme o tipo do produto vendido ou serviço oferecido.

Tendo-se analisado o projeto arquitetônico dos três horto-mercados e de posse do pré-dimensionamento e programa elaborados, pro cedeu-se a elaboração dos projetos executivos dos novos mercados cuja descrição sucinta, a nível de memória justificativa se acha no item 5.2.3.

QUADRO 24

HORTO-MERCADOS SETORES	OGUNJÃ	RIO VERMELHO	NARANDIBA
Horti-fruti-granjeiro	23%	33%	27%
Carnes, miúdos	3%	10%	9%
Peixes, mariscos	3%	10%	6%
Aves, ovos	3%	10%	6%
Cereais e estivas	10%	10%	10%
Animação	7%	10%	6%
Não alimentos	7%	-	12%
Serv. Util. Públ.	-	-	-
Serv. populares	7%	2%	-
Administr.	7%	4%	3%
Apoio/Conforto	7%	5%	6%
Depósito	-	6%	-
Cesta do Povo	20%	-	15%
Mercadão carne	10%	-	-
Vazios	-	20%	-

5.2.3. Memorial Descritivo dos Projetos de Arquitetura dos Novos Mercados

Os objetivos que orientaram a definição dos projetos ora apresentados foram:

- Funcionalidade
- Imagem arquitetônica promocional
- Minimizar custos de execução
- Conforto ambiental.

Nesse sentido, a partir de análises preliminares, ficou evidenciado que para obras desta natureza seriam necessários vãos que permitissem flexibilidade no uso dos espaços, condicionando o projeto a utilizar a estrutura de relativo porte.

Descartou-se em princípio, a estrutura de tipo espacial devido seu alto custo, que só justifica a sua utilização em vãos de grandes dimensões, superiores a 30m.

Procurou-se portanto, ajustar o projeto visando atingir o maior aproveitamento das características dos elementos principais da cobertura, isto é, das vigas espaciais num sentido, das telhas de cimento amianto tipo canaleta 90 no outro sentido, adotando para isso vãos de 20,70m para as vigas e de 8,40m entre eixos de vigas para o aproveitamento das telhas canaleta de 8,20m (Padrão). O vão maior de 20,70m corresponde à utilização de 23 telhas canaleta 90.

A estrutura metálica será parafusada de modo a permitir a galvanização por banho eletrolítico. As barras em tubo redondo eliminarão cantos e arestas, o que melhorará proteção e facilitará a manutenção. Foram projetados os condutores pluviais por dentro dos pilares que ademais de deixá-los protegidos aumenta o momento de inércia dos pilares reduzindo a quantia de ferro.

Evitou-se também, no que se refere a escolha do tipo de estrutu-

ra, a utilização de peças de pequeno tamanho já que, a experiência mostra a dificuldade que essas peças exigem para a sua manutenção.

A ventilação se dá naturalmente pelas laterais, e na parte superior pelos vazios deixados pelas telhas nos apoios.

A iluminação natural foi levada em especial consideração, adotando-se a zenital por meio de telhas translúcidas de "fiber glass", distribuídas convenientemente pela cobertura.

Saliente-se que em toda a cobertura foram previstas sempre soluções com peças padronizadas no mercado, diminuindo custos e facilitando a construção.

Os beirais terão fechamento de painéis de 1,20 x 3,00m (padrão) por 2 chapas lisas de cimento amianto com miolo de isopor, com suficiente rigidez para poder ser fixado sem estruturas adicionais de suporte.

A chapa lisa de cimento amianto referida, facilitará a execução da gráfica na marquise. A mesma será pintada nos painéis antes de proceder a sua montagem.

Em todos os casos a implantação foi determinada por critérios claros e definidos, visando obter boa acessibilidade e destaque visual desde o entorno imediato.

No caso específico do Mercado Municipal de Lobato, a cota de implantação 7,00m não somente diminui o volume do movimento de terra como também melhora as condições de visualização do prédio desde a Avenida Suburbana e da linha ferroviária Suburbana.

O projeto executivo foi elaborado de modo a respeitar as proposições apresentadas no item 5.1.3.1.3 e 5.1.3.1.4 deste documento, especialmente no que se refere promoções e propaganda e condições ambientais.

Estes conceitos se apresentam como uma experiência de novo padrão para os Mercados Municipais sem deixar de atender a necessidade de manter os custos de execução em níveis razoáveis.

O projeto não descuida o item - conforto ambiental - nem esquece a necessidade de oferecer as melhores condições para a venda e a promoção, atraindo uma faixa mais ampla de clientela.

Ao plano de propaganda deverá estar vinculado ao plano de promoções e eventos e o de merchandising; este voltado para os pontos de vendas, através da melhor exposição dos produtos e dos preços e no caso de campanhas promocionais: bandeirolas. Articula-se também à programação visual para o mercado um todo, com letreiro externos, logotipos e, internamente, as indicações dos diversos boxes com a especificação do produto.

O projeto responde diretamente às estas questões, possibilitando através de seus componentes atender às exigências de referência.

É muito importante atender os pedidos de flexibilidade que o programa faz; nesse sentido o módulo construtivo adotado de 80 x 80 permite através dos componentes do projeto atender à funcionalidade dinâmica proposta para os novos mercados.

O desenvolvimento do projeto foi realizado através de coordenação modular dos componentes estruturais, cobertura, fechamento, etc., atingindo o projeto um alto nível de aproveitamento dos produtos padronizados.

Os locais de comercialização foram projetados, visando a maior eficiência no funcionamento levando em conta a dinâmica natural do uso. Ele foi pensado com componentes removíveis e infra-estrutura modular.

No zoneamento geral das áreas de comercialização procurou-se evitar "zonas mortas" para ter a maior área contínua de comercialização possível. Nesse sentido, até a área de administração de Lo

bato e Sussuarana foram localizadas na parte superior da quadra correspondente às lanchonetes obtendo conseqüentemente, um maior aproveitamento.

Os locais (boxes) foram agrupados por quadras, procurando sempre criar corredores em agrupamento por itens, favorecendo a comparação dos mesmos por parte do cliente.

Apresenta-se a seguir o quadro 25 onde estão definidos os setores com o número de boxes nos novos mercados, que tiveram por base os insumos obtidos das avaliações dos horto-mercados da CEASA, citados anteriormente.

QUADRO 25

S E T O R E S	Nº BOXES NOS NOVOS MERCADOS		
	CAJAZEIRAS	LOBATO	SUSSUARANA
Hortifrutigranjeiros	44	44	32
Cereais			
- Cereais	8	6	8
- Mercearia	4	6	4
- Doces/laticínios	3	2	1
Peixes/mariscos			
- Peixes	2	4	2
- Mariscos	2	2	2
Aves/ovos	4	6	3
Carnes			
- Carnes	5	4	5
- Miúdos	2	2	2
Adm./Segurança			
- Posto Policial	1	1	1
- Coelba	1	1	1
- Administração	1	1	1
- Copa	1	1	1
Apoio/conforto			
- Sanitário masculino	1	1	1
- Sanitário feminino	1	1	1
- Depósito	1	1	1
Utilidade pública			
- Correios	1	1	1
- Telebahia	1	1	1
- Loteria	1	1	1
- Agência Baneb	1	1	1
- Farmácia	1	1	1
- Salão de beleza	1	1	1
Não-alimentos			
- Artesanato	3	-	2
- Confeccções	1	-	1
- Jornais/revistas	1	1	1
- Discos	1	-	1
- Armário	1	-	1
- Bomboniere	1	-	1
Serviços populares			
- Dep. bebidas	1	1	1
- Sapateiro	1	-	1
- Chaveiro	1	-	1
- Relojoeiro	1	-	1
- Fotógrafo	1	-	1
- Barbeiro	1	1	1
Animação			
- Lanchonetes	2	3	2
- Vendas de plantas	1	1	1
Produtos sazonais	Sim	Sim	Sim

QUADRO 26

ÁREAS DOS NOVOS MERCADOS

MERCADOS	ÁREA (1) BOXES (M2)	ÁREA (2) CIRCULAÇÃO (M2)	ÁREA (3) DEPÓSITO (M2)	ÁREA SANITÁRIOS	ÁREA TOTAL (4) (M2)
Sussuarana	1.141,76	1.899,84	196,00	57,60	3.295,20
Lobato	1.265,60	2.509,20	294,00	57,60	4.126,40
Cajazeiras	1.408,00	2.761,91	245,00	63,36	4.478,27
T O T A L	3.815,36	7.170,95	735,00	178,56	11.899,87

Fonte: SEPLAM - Projeto Executivo - Novembro/84

(1) Inclui áreas de comercialização, apoio, administração segurança e utilidade pública

(2) Inclui área de circulação e de animação

(3) Não inclui área de ampliação dos depósitos

(4) Não inclui as áreas de estacionamento

QUADRO 27

NÚMERO DE BOXES PARA COMERCIALIZAÇÃO NOS MERCADOS NOVOS

MERCADO ATIVIDADE	LOBATO	SUSSUARANA	CAJAZEIRAS	TOTAL
HORTIFRUTIGRANJEIROS	44	32	44	120
CARNES, AVES E PEIXES	18	14	15	47
CEREAIS E ESTIVAS	14	13	15	42
ANIMAÇÃO(4)	4	4	4	12
NÃO ALIMENTOS(1)	2	7	8	17
SERVIÇOS DE UTILIDADE PÚBLICA(2)	5	5	5	15
SERVIÇOS POPULARES(3)	3	7	7	17
T O T A L	90	82	98	270

FONTE: SEPLAM - Projeto Executivo - Novembro-84.

(1) Confeccões, artesanato, armarinho, livros/revistas, discos.

(2) Comunicações, bancos, correios e telégrafos.

(3) Dep. bebidas, sapateiro, chaveiro, relojoeiro, foto, barbeiro.

(4) Lanchonetes, plantas e flores.

QUADRO RESUMO DE
ÁREAS MERCADOS NOVOS

MERCADO	ÁREA TOTAL DE MERCADO (M2)	ÁREA DE DEPÓSITO (M2)	ESTACIONAMENTO (M2)	PASSEIO (M2)	PISTA DE ROLAMENTO (M2)
Sussuarana	3,295,20	196,00	636,00	948,15	2.271,00
Lobato	4,126,40	294,00	841,50	665,00	2.730,00
Cajazeiras	4,478,27	245,00	1.176,00	862,50	2.830,00
T O T A L	11,899,87	735,00	2,653,50	2,475,65	7.831,00

Fonte: SEPLAM - Projeto Executivo Mercados Novos - Novembro/84

MERCADO MUNICIPAL - LOBATO

Quadro Resumo de áreas

COD.	DISCRIMINAÇÃO	U.M.	M2	%
AD	Administração e segurança	105	67,2	1,75
UT	Utilidade Pública	270	172,8	4,51
SP	Serviços Populares	22,5	14,4	0,38
A	Apoio	97,5	62,4	1,63
PM	Peixes e mariscos	135	86,4	2,25
NA	Não Alimentos	22,5	14,4	0,38
A/O	Aves e Ovos	135	86,4	2,25
CE	Cereais	135	86,4	2,25
B	Depósito de bebidas	45	28,8	0,75
HF	Hortifruti e sazonais	-	444,8	11,61
M	Mercearia	135	86,4	2,25
L	Laticínios	45	28,8	0,75
AC	Animação	-	118,0	3,08
AC	Circulação	-	2391,2	62,39
CA	Carnes e miúdos	135	86,4	2,25
S	Sanitários	90	57,6	1,52
	T O T A L	-	3832,4	100

ÁREAS (PROJEÇÃO)

- Mercado - 3.832,40m²
 - Depósito - 294,00m²
 TOTAL - 4.126,40m²
 - Circulação + Animação - (2.391,20 + 118,00) = 2.509,20m²
 - Comercialização: Boxes - 580,80m²
 Hortifrutigranjeiros/ -
 Sazonais - 444,80m²
 T O T A L 1.025,60m²

MERCADO MUNICIPAL - CÂJAZEIRAS

Quadro Resumo de Áreas

CÓD.	DISCRIMINAÇÃO	U.M.	M2	%
AD	Administração e Segurança	76,5	48,96	1,16
UT	Utilidade Pública	306	195,84	4,63
SP	Serviços Populares	148,5	95,04	2,24
A	Apoio	106,5	68,16	1,61
PM	Peixes e mariscos	76,5	48,96	1,16
NA	Não Alimentos	153	97,92	2,31
A/O	Aves e Ovos	76,5	48,96	1,16
CE	Cereais	153	97,92	2,31
HF	Hortifrut, e sazonais	-	441,6	10,41
M	Mercearia	153	97,92	2,31
L	Laticínios	58,5	37,44	0,88
AC	Animação	-	232,40	5,49
AC	Circulação	-	2529,51	59,75
CA	Carnes e miúdos	148	97,92	2,31
S	Sanitários	99	63,36	1,51
B	Depósito de bebidas	54	34,56	0,82
	T O T A L	-	4233,27	100

ÁREAS (PROJEÇÃO)

- Mercado	-	4,233,27M2
- Depósito	-	<u>245,00M2</u>
TOTAL	-	4,478,27M2
- Circulação + Animação	-	(2,529,51 + 232,40) = 2.509,20M2
- Comercialização: Boxes	-	721,60M2
		Hortifrut/granjei
		ros/Sazonais <u>441,60M2</u>
TOTAL		1.163,20M2

MERCADO MUNICIPAL SUSSUARANA

Quadro Resumo de Áreas

CÓD.	DISCRIMINAÇÃO	U.M.	M2	%
AD	Administração e segurança	106,5	68,16	2,20
UT	Utilidade Pública	270	172,8	5,58
SP	Serviços Populares	85,5	54,72	1,77
A	Apoio	97,5	62,40	2,01
PM	Peixes e Mariscos	67,5	43,20	1,39
NA	Não Alimentos	117	74,88	2,42
A/O	Aves e Ovos	67,5	43,20	1,39
CE	Cereais	180	115,20	3,72
B	Depósito de Bebidas	45	28,80	0,93
HF	Hortifrutg. e Sazonais	-	320	10,32
M	Mercearia	90	57,6	1,86
L	Laticínios	22,5	14,4	0,46
AC	Animação	-	118,0	3,81
AC	Circulação	-	1781,84	57,49
CA	Carnes e miúdos	135	86,40	2,79
S	Sanitários	90	57,60	1,86
	T O T A L	-	3099,20	100

ÁREAS (PROJEÇÃO)

- Mercado - 3,099,20M2

- Depósito - 196,00M2

TOTAL - 3,295,20M2

- Circulação + Animação (1781,84 + 118,00) = 1,899,84M2

- Comercialização: Boxes - 580,80M2

Hortifrutigranjeiro/

Sazonais - 320,00M2

total,., 900,80M2

5.2.4. Programa de Ação Econômico-Institucional

O Programa de Ação para os novos mercados será semelhante ao previsto para os mercados atuais, com características específicas apenas no que se refere à implantação.

A definição da composição dos boxes de cada novo mercado, se faz levando em conta os estudos efetuados pela SEPLAM, no que se refere aos horto-mercados da CEASA, citado no item 5.2.2.2.

O Programa de Ação no aspecto mercadológico se constituirá de:

- Sistemática de compras e armazenagem;
- Planejamento de vendas (preços produtos, promoções/propaganda, condições ambientais).

Devem ser acrescentadas a estas ações outras duas: a sensibilização da clientela, preparando-a para receber e utilizar o equipamento e a seleção dos permissionários a serem credenciados para a exploração dos espaços. A sensibilização será mais necessária nas áreas que atualmente são utilizadas para atividades esportivas. Recomenda-se que a prática destas atividades seja previamente transferida para outro local. Para a seleção dos permissionários deverá ser exigido não apenas a documentação como também a aceitação da nova estrutura de funcionamento e a disposição de participar nas atividades e despesas comuns e, finalmente, um mínimo de experiência em comércio.

Quanto aos instrumentos de ação, estes serão:

- Apoio gerencial;
- Treinamento;
- Associativismo.

No aspecto institucional, a estrutura de organização proposta é:

- Administrador - funcionário da SESP-PMS;

- Conselho de Administração - eleito pelos permissionários;
- Comissões Especiais (eleitas); promoções e propaganda; vigilância e segurança; limpeza e arrumação.

Com base na experiência dos mercados da CEASA e nas mudanças introduzidas, o quadro de pessoal operacional seria o seguinte para cada mercado:

- 1 Administrador;
- 1 Auxiliar administrativo;
- 6 Vigias;
- 8 Serventes;
- 1 Encarregado de depósito.

6. OBJETIVOS/METAS

6. OBJETIVOS E METAS

6.1. Objetivos

- Dotar os mercados municipais de infra-estrutura física que garanta a oferta de produtos e serviços às populações de baixa renda;
- Modificar a atual sistemática de comercialização, de forma a criar condições de maior competitividade para os micro-empresários que neles atuam, reduzindo os custos e aumentando o volume de operações;
- Implantar novos equipamentos de abastecimento para atender parcelas carentes da população situadas nos bairros de Lobato, Susuarana e Cajazeiras e áreas circunvizinhas;
- Dotar os mercados de uma estrutura organizacional que permita maior participação dos permissionários na sua gestão, responsabilizando-os pelas despesas comuns e ações conjuntas;
- Preparar os micro-empresários para dinamização das operações dos mercados.

6.2. Metas

6.2.1. Mercados Existentes

- Reformar as instalações dos mercados de Itapuã, Popular e São Miguel;
- Manter os empregos existentes, e criar através das expansões das vendas, 0,5 emprego direto para cada unidade comercial;
- Aumentar o volume de mercadorias transacionadas em 25% e aumentar os resultados líquidos dos permissionários;

- Prestar apoio gerencial e creditício a 300 micro-empresários/permissionários nas áreas de marketing, organização e financeira;
- Orientar na formação de grupos por setor para ações conjuntas (compras, serviços comuns, etc.);
- Realizar 20 cursos de gerência básica, 16 cursos específicos (relações humanas, merchandising) e 1 seminário de acompanhamento técnico, em cada mercado, por mês;
- Preparar e encaminhar 300 micro-empresários para obtenção de crédito;
- Fomentar a criação de 1 núcleo de associação dos permissionários, em cada mercado;
- Redução de 50% nas perdas de produtos.
- Redução de 50% das despesas de transportes dos permissionários.

NOVOS MERCADOS

- Construir os mercados de Lobato, Sussuarana e Cajazeiras;
- Criar 1 emprego por unidade comercial;
- Selecionar 270 permissionários para ocupação dos boxes;
- Promover 16 cursos de gerência básica e 10 cursos específicos;
- Desenvolver um seminário de acompanhamento técnico, por mês, em cada mercado;
- Prestar apoio gerencial a 270 permissionários;
- Preparar e encaminhar aos permissionários para obtenção de crédito;
- Criar 1 núcleo de associação em cada mercado.

7. CUSTOS

7. CUSTOS

As estimativas de custo globais do Projeto, incluindo intervenções físicas, aquisição da terra (mercados novos) e as definidas no programa de ação econômico-institucional, para revitalização dos mercados existentes e na implantação do sistema de novos mercados, atingem o montante de Cr\$ 6.941.206.371,00 (seis bilhões, novecentos e quarenta e um milhões, duzentos e seis mil, trezentos e setenta e um cruzeiros) a preço de dezembro de 1984, discriminados a seguir.

7.1. Estimativa de Custos

7.1.1. Anteprojeto Mercados Existentes/Custos Globais

- Mercado de Itapuã (reforma + ação institucional)	Cr\$ 169.993.779,00
- Mercado de S.Miguel (reforma + ação institucional)	Cr\$ 409.862.968,00
- Mercado Popular (reforma + ação institucional)	Cr\$ 945.461.300,00
TOTAL	Cr\$ 1.525.318.047,00

7.1.2. Anteprojeto Mercados Existentes/Custos de Intervenção Física

- Mercado de Itapuã (reforma)	Cr\$ 144.712.378,00
- Mercado S.Miguel (reforma)	Cr\$ 217.882.331,00
- Mercado Popular (reforma)	Cr\$ 767.701.451,00
TOTAL	Cr\$ 1.130.296.160,00

7.1.3. Projeto Executivo Mercados Novos/Custos Globais

- Mercado de Lobato (construção + aquisição da terra + ação institucional)	Cr\$ 1.985.996.836,00
- Mercado de Sussuarana (construção + aquisição da terra + ação institucional)	Cr\$ 1.517.110.391,00
- Mercado de Cajazeiras (construção + aquisição da terra + ação institucional)	Cr\$ 1.912.781.097,00
TOTAL	Cr\$ 5.415.888.324,00

7.1.4. Projeto Executivo Mercados Novos/Custos de Intervenção Física

- Mercado de Lobato (construção + aquisição da terra + projeto + fiscalização)	Cr\$ 1.842.994.196,00
- Mercado de Sussuarana (construção + aquisição da terra)	Cr\$ 1.374.107.750,00
- Mercado de Cajazeiras (construção + aquisição da terra)	Cr\$ 1.769.778.456,00
TOTAL	Cr\$ 4.986.880.402,00

7.1.5. Total Geral de Custos

- Total Geral de Intervensões Físicas para os 6 (seis) Mercados	Cr\$ 6.117.176.562,00
- Total Geral de Custos Globais para os 6 (seis) Mercados	Cr\$ 6.941.206.371,00

7.2. Estimativa de Custo para o Programa de Ação Econômico-Institucional

7.2.1. Revitalização dos Mercados Existentes

- Despesas Permanentes (6 trimestres)

. Pessoal (Equipe: 4 técnicos)	Cr\$	14.199.191,00
. Mat. Consumo	Cr\$	878.771,00
. Serviços Terceiros: Pesquisadores ...	Cr\$	352.337,00
Instrutores	Cr\$	949.238,00
Consultoria	Cr\$	4.217.685,00
SUBTOTAL	Cr\$	20.597.222,00

donde :

$$\text{Cr\$ } 20.597.222,00 \times 18 \text{ meses} = \text{Cr\$ } 370.749.996,00$$

- Despesas Iniciais (1º trimestre)

• Treinamento da Equipe Técnica em Recife

Diárias	Cr\$	3.641.509,00
Passagens	Cr\$	1.651.840,00
Instrutores	Cr\$	2.812.480,00
Processamento de Dados	Cr\$	16.166.062,00
SUBTOTAL	Cr\$	24.271.891,00

7.2.2. Implantação do Sistema de Novos Mercados (acrêscimo ao custo anterior)

- Despesas Permanentes (duração 8 trimestres)

. Pessoal (Equipe: 4 técnicos)	Cr\$	14.199.191,00
. Mat. Consumo	Cr\$	878.771,00
. Serviços Terceiros	Cr\$	974.109,00
SUBTOTAL	Cr\$	16.052.071,00

donde:

$$\text{Cr\$ } 16.052.071,00 \times 24 \text{ meses} = \text{Cr\$ } 385.249.704,00$$

. Consultoria ... Cr\$ 4.217.685,00 x 6 meses = Cr\$ 25.306.110,00

- Despesas Iniciais (1º trimestre)

. Processamento de Dados Cr\$ 18.452.108,00

7.2.3. Resumo dos Custos

Mercados Existentes

1. Despesas Permanentes	Cr\$	370.749.996,00
2. Despesas Iniciais	Cr\$	24.271.891,00
SUBTOTAL	Cr\$	395.021.887,00

Mercados Novos

1. Despesas Permanentes	Cr\$	385.249.704,00
2. Consultoria	Cr\$	25.306.110,00
3. Processamento de Dados	Cr\$	18.452.108,00
SUBTOTAL	Cr\$	429.007.922,00

TOTAL GERAL Cr\$ 824.029.809,00

7.3. Orçamento para os Mercados Existentes

Apresenta-se a seguir as estimativas de custo para as obras de reforma dos mercados existentes, na forma de quadros-resumos e de planilhas orçamentárias, com base no mês de Dezembro de 1984.

7.3.1. Orçamento para as Obras de Reforma do Mercado de Itapuã

Item	Descrição	Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
SERVIÇOS DE ARQUITETURA					
01	Retirada de pintura sobre paredes internas e externas	m ²	65	2.261,00	146.965,00
02	Retirada de esquadrias de madeira sem reaproveitamento	m ²	90	2.261,00	203.490,00
03	Recuperação de piso cimentado	m ²	150	8.179,00	1.266.850,00
04	Pintura de paredes externas	m ²	65	2.089,00	135.785,00
05	Esquadrias de madeira (aquisição e colocação)	m ²	90	110.000,00	9.900.000,00
06	Recuperação de esquadrias de madeira existentes	m ²	150	80.000,00	12.000.000,00
07	Pintura de esquadrias (óleo)	m ²	370	13.806,00	5.108.220,00
08	Colocação de azulejos	m ²	160	29.335,00	2.692.000,00
09	Retirada de duratex sem reaproveitamento	m ²	70	650,00	45.500,00
10	Recuperação de cobertura (peças de madeira)	vb	-	-	9.300.000,00
11	Substituição telhas onduladas p/telha ondulada c/ventilação	und	58	24.419,00	1.416.302,00
12	Substituição telhas onduladas p/telha translúcida	und	28	21.200,00	593.600,00
13	Portas de madeira 0,60 x 0,80	und	27	52.491,00	1.417.257,00
14	Portas de madeira 0,60 x 2,10	und	04	137.789,00	551.156,00
15	Demolição de alvenaria	m ²	33	23.028,00	759.924,00
16	Alvenaria 10cm (bloco cerâmico)	m ²	14	11.384,00	159.376,00
17	Combogô de cimento	m ²	03	26.015,00	78.045,00
18	Divisória de concreto (placas) pré-moldado e=3cm	m ²	09	80.000,00	720.000,00
19	Piso cimentado liso	m ²	18	6.185,00	111.330,00
20	Portas externas metálicas de enrolar	m ²	18	130.974,00	2.357.532,00
21	Retirada de treliça existente nas fachadas	m ²	120	1.904,00	228.480,00

Assinaturas e Datas

Código		Descrição	Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
		SERVIÇOS DE ARQUITETURA				
22		Alvenaria de blocos cerâmicos revestida e pintada	m²	60	33.988,00	2.039.480,00
23		Colocação de venezianas de madeira	m²	140	172.000,00	24.080.000,00
24		Colocação portas 0,70 x 2,10 (portas lisas)	und	02	148.573,00	297.146,00
25		Colocação portas 0,55 x 1,90 (portas lisas)	und	04	105.618,00	422.472,00
26		Vasos sanitários completos c/tampa	und	04	151.832,00	607.328,00
27		Lavatórios completos	und	02	145.730,00	291.460,00
28		Papeleiras	und	04	11.704,00	46.816,00
29		Descargas de embutir	und	04	82.963,00	331.852,00
30		Saboneteira	und	02	10.447,00	20.894,00
31		Porta toalha de papel	und	02	50.000,00	100.000,00
32		Instalação hidráulica	vb	-	-	1.400.000,00
33		Comunicação visual	vb	-	-	18.500.000,00
						99.329.060,00

Assinaturas e Datas

SED-OC - Setor de Orçamento

DEZ/84

Data Base do Orçamento

Aprovação

INSTALAÇÃO ELÉTRICA		Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
01	Grade de enrolar losangular	m ²	04	105.630,00	422.520,00
02	Conjunto rack c/3 estridos e 3 isoladores	peça	04	24.544,00	98.176,00
03	Cabo WPP 4mm ² (10 AWG)	metro	120	1.126,00	135.120,00
04	Caixa de passagem em chapa nº 20, 20x20x10cm c/tampa e parafuso	peça	02	17.687,00	35.374,00
05	Luminária aberta p/iluminação pública para lampada mista 160w, modelo trópico TP 200/2	peça	05	104.179,00	520.895,00
06	Lampada mista 160w	peça	05	29.278,00	146.390,00
07	Braço modelo CJ 40/10	peça	05	40.179,00	200.895,00
08	Eletroduto de PVC Ø 2"	metro	10	15.936,00	159.360,00
09	Luva de PVC Ø 2"	peça	03	2.664,00	7.992,00
10	Curva PVC 90º Ø 2"	peça	02	7.102,00	14.204,00
11	Caixa de passagem tipo BT.1	peça	01	27.482,00	27.482,00
12	Ptos. de luz	und	02	40.000,00	80.000,00
13	Ptos. de tomada	und	02	10.000,00	20.000,00
					1.868.408,00

Assinaturas e Datas

SEC RC - Setor de Orçamento

Elaborado

DEZ/84

Data Base do Orçamento

Aprovação

Discriminação		Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
INSTALAÇÃO DE ÁGUA					
01	Tubo PVC Ø 25mm	metro	190	3.402,00	646.380,00
02	Idem Ø 60mm	metro	76	13.569,00	1.031.244,00
03	Idem Ø 50mm	metro	70	10.742,00	751.940,00
04	Idem Ø 40mm	metro	70	7.170,00	501.900,00
05	Idem Ø 32mm	metro	130	5.138,00	667.940,00
06	Tê Ø 60mm PVC	peça	02	19.107,00	38.214,00
07	Tê Ø 25mm PVC	peça	12	2.586,00	31.032,00
08	Tê de redução Ø 60 x 32 PVC	peça	11	5.768,00	53.448,00
09	Idem Ø 50 x 32	peça	06	5.000,00	30.000,00
10	Idem Ø 32 x 25	peça	60	3.547,00	212.820,00
11	Idem Ø 60 x 40	peça	04	9.886,00	39.544,00
12	Idem Ø 50 x 40	peça	01	6.179,00	6.179,00
13	Idem Ø 40 x 25	peça	60	4.500,00	270.000,00
14	Luva de redução Ø 32 x 25 PVC	peça	15	1.989,00	29.835,00
15	Idem 40 x 25	peça	01	3.100,00	3.100,00
16	Bucha de redução PVC Ø 50 x 25	peça	01	2.122,00	2.122,00
17	Idem Ø 60 x 32	peça	01	2.772,00	2.772,00
18	Idem Ø 50 x 40	peça	01	2.475,00	2.475,00
19	Curva 90º PVC Ø 25	peça	01	2.071,00	2.071,00
20	Idem Ø 40	peça	01	3.516,00	3.516,00
21	Joelho 90º PVC Ø 25	peça	10	2.071,00	20.710,00
22	Registro de gaveta Ø 3/4"	peça	137	15.973,00	2.188.301,00

Assinaturas e Datas

SEORC - Setor de Orçamento

Elaboração

DEZ/84

Data Base do Orçamento

Aprovação

Item		Descrição	Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
INSTALAÇÃO DE ÁGUA						
23		Adaptador SR Ø 25 x 3/4"	peça	274	5.489,00	1.503.986,00
24		Cap. Ø 25mm	peça	137	1.583,00	216.871,00
25		Caixa para registro 20 x 20 em alvenaria	peça	137	25.000,00	3.425.000,00
26		Tubo FG Ø 2 1/2"	peça	80	32.226,00	2.578.080,00
27		Joelho 90º FG Ø 2 1/2"	peça	03	24.789,00	74.367,00
28		Luva FG Ø 2 1/2"	peça	15	11.682,00	175.230,00
29		Registro Ø 50mm	peça	01	40.000,00	40.000,00
30		Registro Ø 32mm	peça	01	21.190,00	21.190,00
31		Luva com rosca Ø 2" PVC	peça	02	3.245,00	6.490,00
32		Nípel longo Ø 2" PVC	peça	02	2.370,00	4.740,00
33		Flange com sextavado Ø 2" PVC	peça	02	3.652,00	7.304,00
34		Luva soldável Ø 60mm PVC	peça	03	4.985,00	14.955,00
35		Joelho 90º Ø 50mm soldável PVC	peça	03	5.432,00	16.296,00
36		Registro Ø 1 1/4"	peça	01	23.996,00	23.996,00
37		Canopla para vaso sanitário	peça	12	3.000,00	36.000,00
38		Bomba para recalque d'água da Bombahia ou similar, potencia 1,0hp de 110 volts	peça	01	200.000,00	200.000,00
39		Mangueira Ø 32mm	peça	01	318.017,00	318.017,00
40		Torneira de bôia Ø 32mm	peça	01	18.644,00	18.644,00
41		Nípel longo Ø 32mm	peça	01	496,00	496,00
42		Tubo PVC Ø 32mm	metro	10	5.138,00	51.380,00

Assinaturas e Datas

SEORC - Setor de Orçamento

Elaboração

DEZ/84

Data Base do Orçamento

Aprovação

Ordem	Descrição	Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
	INSTALAÇÃO DE ÁGUA				
43	Registro Ø 1"	peça	01	21.190,00	21.190,00
44	Adaptador Ø 32 x 1"	peça	01	4.187,00	4.187,00
45	Joelho 90º Ø 32"	peça	04	2.508,00	10.032,00
46	Flange sextavado Ø 32mm	peça	02	1.169,00	2.338,00
47	Taxa de ligação da Embasa	vb	-	50.000,00	50.000,00
48	Luva de PVC Ø 32mm	peça	02	808,00	1.616,00
					15.067.948,00

Assinaturas e Datas

Descrição		Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
INSTALAÇÃO ELÉTRICA					
01	Luminária aberta p/iluminação pública, p/lampada mista 160w, modelo trópico TP 200/2	peça	20	104.179,00	2.083.580,00
02	Lampada mista 160w	peça	20	29.278,00	585.560,00
03	Braço modelo CJ 40/10	peça	20	40.179,00	803.580,00
04	Luminária p/02 lamp. fluor. 40w, modelo Itaim 401/24	peça	30	35.402,00	1.062.060,00
05	Lampada fluorescente 40w	peça	60	7.687,00	461.220,00
06	Reator p/lampada fluorescente 2x40w, partida rápida, 110v	peça	30	44.041,00	1.321.230,00
07	Caixa de passagem tipo BT.1	peça	30	27.482,00	824.460,00
08	Eletroduto de PVC Ø 1"	metro	200	6.582,00	1.316.400,00
09	Idem Ø 3/4"	metro	100	5.049,00	504.900,00
10	Luva de PVC Ø 1"	peça	70	1.008,00	70.560,00
11	Idem Ø 3/4"	peça	35	535,00	18.725,00
					9.052.275,00

Assinaturas e Datas

SECO - Setor de Orçamento

DEZ/84

Assinatura

Data Base do Orçamento

Aprovação

Item	Descrição	Unidade	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
INSTALAÇÃO DE ESGOTO E ÁGUAS PLUVIAIS					
01	Curva PVC 90º Ø 100	peça	10	9.263,00	92.630,00
02	Idem Ø 40	peça	20	2.060,00	41.200,00
03	Idem Ø 50	peça	01	2.803,00	2.803,00
04	Curva PVC 45º Ø 75	peça	10	10.461,00	104.610,00
05	Vedação para saída de vaso sanitário	peça	10	3.640,00	36.400,00
06	Ligação para saída de vaso sanitário	peça	10	10.307,00	103.070,00
07	Tê de redução PVC Ø 100 x 75	peça	04	23.999,00	95.996,00
08	Idem Ø 50 x 40	peça	01	6.179,00	6.179,00
09	Tê sanitário Ø 75 x 75	peça	05	23.999,00	119.995,00
10	Ralo seco PVC Ø 100	peça	03	5.398,00	16.194,00
11	Caixa sifonada com tampa Ø 150 PVC	peça	01	23.474,00	23.474,00
12	Idem com grelha Ø 150	peça	04	22.058,00	88.232,00
13	Caixa de inspeção Ø 800mm	peça	02	109.620,00	219.240,00
14	Fossa séptica para 100 contribuintes	peça	01	2.876.870,00	2.876.870,00
15	Tubo PVC Ø 100	metro	50	7.417,00	370.850,00
16	Idem Ø 75	metro	20	4.661,00	93.220,00
17	Idem Ø 50	metro	03	3.729,00	11.187,00
18	Idem Ø 40	metro	20	2.345,00	46.900,00
19	Galeria tubular de concreto Ø 0,30m	metro	104	40.323,00	4.193.592,00
20	Caixa tipo A ₂ sifonada, n=1	und	03	720.491,00	2.161.473,00
21	Caixa tipo A ₂ sifonada, n=2	und	01	1.169.881,00	1.169.881,00
					11.850.522,00

Assinaturas e Datas

SEORC - Setor de Orçamento

Elaboração

DEZ/84

Data Base do Orçamento

Aprovação

Código	Descrição	Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
	INSTALAÇÃO DE INCÊNDIO				
01	Hidrante de passeio completo Ø 2 1/2"	und	20	154.373,00	3.087.460,00
02	Caixa de incêndio completa dimensão 900x600x300mm	und	04	182.177,00	728.708,00
03	Extintor de incêndio de água carga 10 litros	und	20	44.265,00	885.300,00
					4.701.468,00

Assinaturas e Datas

Item	Descrição	Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
	INSTALAÇÃO ELÉTRICA				
01	Luminária aberta p/iluminação pública, p/lampada mista 160w, modelo trópico TP 200/2	peça	20	104.179,00	2.083.580,00
02	Lampada mista 160w	peça	20	29.278,00	585.560,00
03	Braço modelo CJ 40/10	peça	20	40.179,00	803.580,00
04	Luminária p/02 lamp. fluor. 40w, modelo Itaim 401/24	peça	30	35.402,00	1.062.060,00
05	Lampada fluorescente 40w	peça	60	7.687,00	461.220,00
06	Reator p/lampada fluorescente 2x40w, partida rápida, 110v	peça	30	44.041,00	1.321.230,00
07	Caixa de passagem tipo BT.1	peça	30	27.482,00	824.460,00
08	Eletroduto de PVC Ø 1"	metro	200	6.582,00	1.316.400,00
09	Idem Ø 3/4"	metro	100	5.049,00	504.900,00
10	Luva de PVC Ø 1"	peça	70	1.008,00	70.560,00
11	Idem Ø 3/4"	peça	35	535,00	18.725,00
					9.052.275,00

Assinaturas e Datas

INSTALAÇÃO DE ÁGUA - A RECUPERAR		Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
01	Tubo PVC Ø 25mm	metro	190	3.402,00	646.380,00
02	Idem 60mm	metro	76	13.569,00	1.031.244,00
03	Idem 50mm	metro	70	10.742,00	751.940,00
04	Idem 40mm	metro	70	7.170,00	499.800,00
05	Idem 32mm	metro	130	5.138,00	667.940,00
06	Tê Ø 60mm (PVC)	peça	05	19.106,00	95.530,00
07	Tê Ø 25mm (PVC)	peça	18	2.586,00	46.548,00
08	Tê de redução Ø 60x32 PVC	peça	11	5.768,00	63.448,00
09	Idem Ø 50x32	peça	06	5.000,00	30.000,00
10	Idem Ø 32x25	peça	60	3.547,00	212.820,00
11	Idem Ø 60x40	peça	04	9.886,00	39.544,00
12	Idem Ø 50x40	peça	01	6.179,00	6.179,00
13	Idem Ø 40x25	peça	60	4.500,00	270.000,00
14	Luva de redução Ø 32 x 25 PVC	peça	15	1.989,00	29.835,00
15	Idem 40 x 25	peça	01	3.100,00	3.100,00
16	Bucha de redução PVC Ø 50 x 25	peça	01	2.122,00	2.122,00
17	Idem Ø 60 x 32	peça	01	2.772,00	2.772,00
18	Idem Ø 50 x 40	peça	01	2.475,00	2.475,00
19	Curva 90º PVC Ø 25	peça	01	2.071,00	2.071,00
20	Idem Ø 40	peça	01	3.516,00	3.516,00
21	Joelho 90º PVC Ø 25 (+8)	peça	18	2.071,00	37.278,00

INSTALAÇÃO DE ÁGUA - A RECUPERAR.

		Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
22	Registro de gaveta Ø 3/4"	peça	138	15.973,00	2.204.274,00
23	Adaptador SR Ø 2.5 x 3/4"	peça	276	5.489,00	1.514.954,00
24	Cap. Ø 25mm	peça	139	1.583,00	220.037,00
25	Caixa para registro 20 x 20 x 20 em alvenaria	peça	137	25.000,00	3.425.000,00
26	Tubo FG 2 1/2"	metro	80	32.226,00	2.578.030,00
27	Joelho 90º FG Ø 2 1/2"	peça	03	24.789,00	74.357,00
28	Luva FG Ø 2 1/2"	peça	15	11.682,00	175.230,00
29	Registro Ø 50mm gaveta (+3)	peça	04	40.000,00	160.000,00
30	Registro Ø 32mm	peça	01	21.190,00	21.190,00
31	Luva com rosca Ø 2" (PVC)	peça	02	3.245,00	6.490,00
32	Nípel longo Ø 2" PVC	peça	02	2.370,00	4.740,00
33	Flange com sextavado Ø 2" PVC	peça	02	3.652,00	7.304,00
34	Luva soldável Ø 60mm PVC	peça	03	4.985,00	14.955,00
35	Joelho 90º PVC Ø 60mm soldável (+3)	peça	06	5.432,00	32.592,00
36	Registro Ø 1 1/4"	peça	01	23.996,00	23.996,00
37	Canofla para vaso sanitário	peça	12	3.000,00	36.000,00
38	Bomba para recalque d'água da Bombahia ou similar, potencia 1,0HP de 110volts	peça	01	200.000,00	200.000,00
39	Mangueira Ø 32mm	peça	01	318.017,00	318.017,00
40	Torneira de bóia Ø 32mm	peça	01	18.644,00	18.644,00
41	Nípel longo Ø 32mm	peça	01	496,00	496,00

INSTALAÇÃO DE ÁGUA - A RECUPERAR

		Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
42	Tubo PVC Ø 32mm	metro	10	5.138,00	51.380,00
43	Registro Ø 1"	peça	01	21.190,00	21.190,00
44	Adaptador Ø 32 x 1"	peça	01	4.187,00	4.187,00
45	Joelho 90º Ø 32"	peça	04	2.508,00	10.032,00
46	Flange sextavado Ø 32mm	peça	02	1.169,00	2.338,00
47	Taxa de ligação da Embasa	vb	-	-	50.000,00
48	Luva PVC Ø 32mm	peça	02	808,00	1.616,00
49	Bucha de redução Ø 60 x 25	peça	04	2.772,00	11.088,00
50	Joelho de redução 90º Ø 25 x 1/2	peça	12	2.071,00	24.852,00
51	Adaptador SR Ø 50 x 1 1/2"	peça	06	8.346,00	50.076,00

15.707.677,00

INSTALAÇÃO DE ESGOTO - A RECUPERAR -		Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
01	Curva 90º Ø 100	peça	12	9.263,00	111.156,00
02	Idem Ø 50	peça	01	2.803,00	2.803,00
03	Idem Ø 40	peça	01	2.060,00	2.060,00
04	Curva PVC 45º Ø 75	peça	06	10.461,00	62.766,00
05	Vedação para saída de vaso sanitário	peça	12	3.640,00	43.680,00
06	Ligação para saída de vaso sanitário	peça	12	10.370,00	123.684,00
07	Tê de redução Ø 100 x 75 (PVC)	peça	05	23.999,00	119.995,00
08	Idem Ø 50 x 40	peça	01	6.179,00	6.179,00
09	Tê sanitário Ø 75 x 75 (PVC)	peça	02	23.999,00	47.998,00
10	Ralo seco PVC Ø 100	peça	03	5.398,00	16.194,00
11	Caixa sifonada com tampa Ø 150	peça	01	23.474,00	23.474,00
12	Idem com grelha Ø 150	peça	02	22.058,00	44.116,00
13	Caixa de inspeção Ø 800	peça	02	109.620,00	219.240,00
14	Fossa séptica para 150 contribuintes	peça	01	3.704.610,00	3.704.610,00
15	Tubo PVC Ø 100	metro	70	7.417,00	500.290,00
16	Idem Ø 75	metro	30	4.661,00	139.830,00
17	Idem Ø 50	metro	03	3.729,00	11.187,00
18	Idem Ø 40	metro	05	2.345,00	11.725,00
					5.190.987,00

RESERVATÓRIO - A RECUPERAR

		Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
01	Concreto FCK=180 kg/cm ²	m ³	12	905.355,00	10.864.260,00
02	Alvenaria de tijolinho aparente, 21 furos 5,5x10x23,5, esp.=23,5	m ²	62	40.085,00	2.485.270,00
03	Porta de 70 x 200 em chapa de ferro nº 16, galvanizada, pintura de cinza grafite	und	01	195.852,00	195.852,00
04	Impermeabilização com emulsão de rodopás	m ²	65	13.287,00	863.655,00
					14.409.037,00

Item	Descrição	Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
	COMUNICAÇÃO VISUAL - A CONSTRUIR	-	vb	-	21.408.000,00
					<u>21.408.000,00</u>

Assinaturas e Datas

SEORC - Setor de Orçamento

DEZ/84

Elaboração

Data Base do Orçamento

Aprovação

Item	Código	Descrição	Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
SERVIÇOS DE ARQUITETURA - A RECUPERAR						
01		Retirada de piso cimentado, inclusive bota-fora	m²	2.034	1.994,00	4.055.796,00
02		Retirada de pintura sobre paredes internas e externas	m²	6.000	2.261,00	13.566.000,00
03		Retirada de esquadrias metálicas s/reaproveitamento	m²	12	2.261,00	27.132,00
04		Retirada de esquadrias de madeira s/reaproveitamento	m²	28	2.261,00	63.308,00
05		Retirada de esquadrias de madeira s/reaproveitamento	m²	12	2.261,00	27.132,00
06		Retirada de marmorite sobre piso e guarda-corpo de menzanino, e sobre piso e corrimão da escadaria	m²	90	2.560,00	230.400,00
07		Retirada de azulejo sem reaproveitamento	m²	90	3.835,00	345.150,00
08		Retirada de louças sanit. sem reaproveitamento	peça	12	840,00	10.080,00
09		Pintura geral - Látex	m²	3.800	2.089,00	7.938.200,00
10		Aquisição e colocação de esquadrias metálicas	m²	12	130.974,00	1.571.688,00
11		Recuperação de esquadrias de madeira existentes	m²	12	80.000,00	960.000,00
12		Aquisição e colocação de esquadrias de madeira	m²	28	110.000,00	3.080.000,00
13		Pintura sobre esquadrias metálicas	m²	24	13.806,00	331.344,00
14		Pintura sobre esquadrias de madeira	m²	80	13.806,00	1.104.480,00
15		Marmorite (piso, guarda-corpo e corrimão) do mesanino existente	m²	90	69.282,00	6.271.380,00
16		Aquisição e colocação de azulejos (BC. 15x15) sanitário existente	m²	90	29.335,00	2.640.150,00
17		Aquisição e colocação de louças sanitárias existente (vaso)	peça	12	151.832,00	1.821.984,00
18		Substituição de vidros (esquadrias)	m²	35	17.982,00	629.370,00
19		Enchimento de rachaduras existentes com argamassa	m²	05	289.279,00	1.446.395,00
20		Porta metálica de enrolar	m²	70	130.974,00	9.168.180,00
						55.288.169,00

Assinaturas e Datas

Item	Código	Descrição	Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
		SERVIÇOS DE ARQUITETURA - A CONSTRUIR				
01		Demolição de paredes rebocadas de blocos cerâmicos	vb	-	-	2.560.000,00
02		Remoção do entulho da demolição	vb	-	-	6.200.000,00
03		Escavação p/fundação vigas baldrame	m³	61	3.873,00	236.253,00

Assinaturas e Datas

Item	Código	Descrição	Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
		FUNDAÇÕES				
01		Em sapata de concreto armado	m ³	29	622.226,00	18.044.554,00
02		Estrutura de concreto armado fck=150kg/m ²				
		- Pilares	m ³	17	905.355,00	15.391.035,00
		- Vigas	m ³	80	905.355,00	72.428.400,00
		- Laje pré-moldada tipo Volterrana B.11 - vão máximo 2,70m com acabamento aparente	m ²	1081	26.886,00	29.063.766,00
03		Alvenarias				
		- Em tijolo laminado - 10cm de largura	m ²	1.550	24.527,00	38.016.850,00
		- Em blocos cerâmicos 15cm de largura	m ²	550	11.384,00	6.261.200,00
		- Balcão em placas de marmorite cinza c/5cm de espessura	m ²	124	31.200,00	3.868.800,00

Assinaturas e Datas

Item	Código	Descrição	Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
4.		PAVIMENTAÇÃO				
4.1		Concreto de gravilhão desempolado e polido à máquina traço 1:1,5:2 e=3,5cm	m²	2.650	33.951,00	89.970.150,00
4.2		Unistein p/tráfego médio (nos corredores laterais)	m²	224	17.104,00	3.831.296,00
5.		REVESTIMENTOS				
5.1		Chapisco	m²	1.160	1.323,00	1.534.680,00
5.2		Massa única	m²	685	2.701,00	1.850.185,00
5.3		Azulejo	m²	500	29.325,00	14.662.500,00
6.		Esquadrias de madeira				
		- porta lisa (60 x 210)	und	04	137.789,00	551.156,00
		- porta lisa (80 x 210)	und	02	183.719,00	367.438,00
		- Porta balcão em madeira maciça de ficha (0,60 x 1,00)	und	142	65.614,00	9.317.188,00
7.		SERRALHERIA				
7.1		Porta Pantográfica em ferro pintado à óleo				
		- 2,00 x 1,10	und	120	400.758,00	48.090.960,00
		- 3,60 x 2,40	und	04	1.573.884,00	6.295.536,00

Assinaturas e Datas

Item	Código	Descrição	Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
		- 2,80 x 1,10	und	08	561.000,00	4.488.480,00
		- 2,80 x 2,40	und	16	1.224.129,00	19.586.064,00
		- 3,60 x 1,10	und	02	321.361,00	1.442.722,00
		- 2,40 x 2,40	und	02	1.049.253,00	2.098.506,00
		- 3,80 x 2,40	und	02	1.661.317,00	3.322.634,00
7.2		Forta de ferro de enrolar de 1,50 x 2,40	und	02	471.506,00	943.012,00
7.3		Guarda corpo em tubo de ferro galvanizado de 4" com montantes a cada 2m	m	220	92.040,00	20.248.800,00
8.		PINTURA				
8.1		Látex	m²	685	2.089,00	1.430.965,00
8.2		A óleo	m²	166	13.806,00	2.291.796,00
8.3		Impermeabilizante a base de silicone	m²	1.550	9.370,00	14.523.500,00

Assinaturas e Datas

Código	Discriminação	Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
9.	LOUÇA SANITÁRIA				
9.1	Louça sanitária "CELITE BRANCA"				
9.2	Bacia	und	04	151.832,00	607.328,00
9.3	Lavatório	und	04	145.730,00	582.920,00
9.4	Mictório de aço galvanizado (2,60 x 0,35)	und	01	1.108.743,00	1.108.743,00
9.5	Caixa de descarga Celite de embutir	und	04	82.963,00	331.852,00
9.6	Registro de gaveta 3/4"	und	04	15.973,00	63.892,00
9.7	Registro de pressão de 3/4"	und	04	52.363,00	209.452,00
9.8	Torneira para lavatório	und	04	35.400,00	141.600,00
9.9	Sifão p/lavatório	und	04	27.515,00	110.060,00
9.10	Pia aço inox	und	06	468.983,00	2.813.898,00
9.11	Sifão p/pia	und	06	27.515,00	165.090,00
10.	BANCADA				
10.1	Bancada de concreto				
	- B1 (3,20 x 0,60)	und	02	36.520,00	73.040,00
	- B2 (2,20 x 0,60)	und	02	25.344,00	50.688,00
	TOTAL				445.176.989,00

Assinaturas e Datas

Item	Código	Descrição	Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
		SERVIÇOS DE INSTALAÇÃO - A CONSTRUIR				
01		Pontos de água	und	179	40.000,00	7.160.000,00
02		Pontos de esgoto	und	179	75.000,00	13.425.000,00
03		Pontos de luz	und	189	40.000,00	7.560.000,00
04		Pontos de tomada	und	181	10.000,00	1.810.000,00
						<u>29.955.000,00</u>

Assinaturas e Datas

SEORC - Setor de Orçamento

Delegado

DEZ/84

Data Base do Orçamento

Aprovação

Item		Descrição	Unidade	Quantidade	Preço Unitário	Total
		SERVIÇO DE PROTEÇÃO CONTRA INCÊNDIO - A CONSTRUIR				
01		Hidrante de passeio completo Ø 2 1/2" "Barbarã"	und	02	154.372,00	308.744,00
02		Caixa de incêndio completa dimensão 900 x 600 x 300mm	und	04	182.177,00	728.708,00
03		Extintor de incêndio de água carga 10 litros	und	20	44.265,00	885.300,00
						1.922.752,00

Assinaturas e Datas

SEORC - Setor de Orçamento

Elaboração

DEZ/84

Data Base do Orçamento

Aprovação

7.3.3. Orçamento para as Obras de Reforma do Mercado Popular

QUADRO-RESUMO

DISCRIMINAÇÃO	CUSTO (CR\$)
1) <u>A CONSTRUIR</u>	
- Serviços de Arquitetura(*)	445.176.989,00
- Serviços de Instalações(*)	29.955.000,00
- Serviços contra Incêndio(*)	1.922.752,00
- Comunicação Visual(*)	21.408.000,00
(1) SUBTOTAL	498.462.741,00
2) <u>A RECUPERAR</u>	
- Serviços de Arquitetura(*)	55.288.169,00
- Instalação Elétrica(*)	62.825.415,00
- Instalação Água(*)	15.707.677,00
- Instalação Esgoto(*)	5.190.987,00
- Reservatório(*)	14.409.037,00
- Eventuais (30% sobre os serviços de recuperação)	46.026.385,00
(2) SUBTOTAL	199.447.670,00
CUSTO DIRETO(1+2)	697.910.411,00
Projeto (5% sobre Custo Direto)	34.895.520,00
Fiscalização (5% sobre Custo Direto)	34.895.520,00
TOTAL	767.701.451,00

(*) BDI de 30% incluído.

QUADRO-RESUMO

DISCRIMINAÇÃO	CUSTO (CR\$)
Serviços de Arquitetura(*)	99.329.060,00
Instalações Elétricas(*)	1.868.408,00
Eventuais (30% sobre os serviços)	30.359.240,00
CUSTO DIRETO	131.556.708,00
Projeto (5% sobre Custo Direto)	6.577.835,00
Fiscalização (5% sobre Custo Direto)	6.577.835,00
TOTAL	144.712.378,00

(*) BDI de 30% incluído.

7.3.2. Orçamento para as Obras de Reforma do Mercado São Miguel

- QUADRO-RESUMO

DISCRIMINAÇÃO	CUSTO (CR\$)
Serviços de Arquitetura(*)	111.693.054,00
Instalação Elétrica(*)	9.052.275,00
Instalação de Água(*)	15.067.948,00
Instalação de Incêndio(*)	4.701.468,00
Instalação Esgoto e Águas Pluviais(*)	11.850.522,00
Eventuais (30% sobre os serviços)	45.709.580,00
CUSTO DIRETO - SUBTOTAL(*)	198.074.847,00
Projeto (5% sobre Custo Direto)	9.903.742,00
Fiscalização (5% sobre Custo Direto)	9.903.742,00
TOTAL	217.882.331,00

(*) BDI de 30% incluído.

7.4. Orçamento para os Mercados Novos

Apresenta-se a seguir os Quadros-Resumo dos Custos de investimentos para os mercados de Lobato, de Sussuarana e de Cajazeiras.

As planilhas detalhadas contendo quantidades de serviços e materiais, se acham no volume 2, que faz parte deste Projeto.

QUADRO-RESUMO DOS CUSTOS DE INVESTIMENTO

MERCADO DE CAJAZEIRAS

DISCRIMINAÇÃO	CUSTO (CR\$)
A - Aquisição da Terra	20.636.314,00
1 - Ação Econômico-Institucional	143.002.641,00
2 - Serviços Preliminares	11.580.855,00
3 - Movimento de Terra	1.300.884,00
4 - Fundações	77.493.520,00
5 - Estrutura Concreto Armado	53.154.400,00
6 - Estrutura Metálica	355.519.008,00
7 - Cobertura	141.866.296,00
8 - Edificações	506.072.969,00
9 - Instalações	184.120.228,00
10 - Limpeza	1.470.300,00
11 - Urbanização	181.830.321,00
(*) B - CUSTO DIRETO (2 até 11)	1.514.408.781,00
C - Projeto Executivo (5% sobre B)	75.720.439,00
D - Fiscalização (5% sobre B)	75.720.439,00
E - CUSTO BASE (B+C+D)	1.665.849.659,00
F - Contingências Físicas (5% sobre E)	83.292.483,00
TOTAL (A+2+E+F)	1.912.781.097,00

(*) BDI - 30% incluído

QUADRO-RESUMO DOS CUSTOS DE INVESTIMENTOS

MERCADO DE SUSSUARANA

DISCRIMINAÇÃO	CUSTO (CR\$)
A - Aquisição da Terra	11.236.320,00
1 - Ação Econômico-Institucional	143.002.641,00
2 - Serviços Preliminares	8.405.368,00
3 - Movimento de Terra	1.188.980,00
4 - Fundações	56.399.616,00
5 - Estrutura Concreto Armado	47.838.960,00
6 - Estrutura Metálica	260.876.200,00
7 - Cobertura	131.403.272,00
8 - Edificações	399.018.086,00
9 - Instalações	144.677.711,00
10 - Limpeza	1.155.748,00
11 - Urbanização	129.011.324,00
(*) B - CUSTO DIRETO (2 até 11)	1.179.975,265,00
C - Projeto Executivo (5% sobre B)	58.998.763,00
D - Fiscalização (5% sobre B)	58.998.763,00
E - CUSTO BASE (B+C+D)	1.297.972.791,00
F - Contingências Físicas (5% sobre E)	64.898.639,00
TOTAL (A+2+E+F)	1.517.110.391,00

(*) BDI - 30% incluído

QUADRO-RESUMO DOS CUSTOS DE INVESTIMENTOS

MERCADO DE LOBATO

DISCRIMINAÇÃO	CUSTO (CR\$)
A - Aquisição da Terra	8.956.980,00
1 - Ação Econômico-Institucional	143.002.640,00
2 - Serviços Preliminares	46.954.861,00
3 - Movimento de Terra	138.385.382,00
4 - Fundações	70.499.520,00
5 - Estrutura Concreto Armado	51.084.176,00
6 - Estrutura Metálica	326.479.920,00
7 - Cobertura	160.959.916,00
8 - Edificações	457.357.711,00
9 - Instalações	181.703.066,00
10 - Limpeza	1.228.756,00
11 - Urbanização	153.257.703,00
(*) B - CUSTO DIRETO (2 até 11)	1.587.911.011,00
C - Projeto Executivo (5% sobre B)	79.395.550,00
D - Fiscalização (5% sobre B)	79.395.550,00
E - CUSTO BASE (B+C+D)	1.746.702.111,00
F - Contingências Físicas (5% sobre E)	87.335.105,00
TOTAL (A+2+E+F)	1.985.996.836,00

(*) BDI - 30% incluído

QUADRO-RESUMO DOS CUSTOS DE INVESTIMENTOS

MERCADO DE LOBATO

DISCRIMINAÇÃO	CUSTO (CR\$)
A - Aquisição da Terra	8.956.980,00
1 - Ação Econômico-Institucional	143.002.640,00
2 - Serviços Preliminares	46.954.861,00
3 - Movimento de Terra	138.385.382,00
4 - Fundações	70.499.520,00
5 - Estrutura Concreto Armado	51.084.176,00
6 - Estrutura Metálica	326.479.920,00
7 - Cobertura	160.959.916,00
8 - Edificações	457.357.711,00
9 - Instalações	181.703.066,00
10 - Limpeza	1.228.756,00
11 - Urbanização	153.257.703,00
(*) B - CUSTO DIRETO (2 até 11)	1.587.911.011,00
C - Projeto Executivo (5% sobre B)	79.395.550,00
D - Fiscalização (5% sobre B)	79.395.550,00
E - CUSTO BASE (B+C+D)	1.746.702.111,00
F - Contingências Físicas (5% sobre E)	87.335.105,00
TOTAL (A+2+E+F)	1.985.996.836,00

(*) BDI - 30% incluído

8. CRONOGRAMAS FÍSICO-FINANCEIROS

8. CRONOGRAMAS FÍSICO-FINANCEIROS

8.1. Mercados Existentes

O cronograma físico-financeiro apresentado a seguir indica a simultaneidade das intervenções físicas e institucionais, na implantação de cada mercado existente. Conforme indicado no item 7.2, referente ao Custo do Programa de Ação Econômico-Institucional, está previsto para esta atividade, o período de 6 (seis) trimestres para cada mercado, de forma escalonada, visando desta maneira minimizar custos e principalmente de utilizar a mesma equipe prevista no referido Programa.

O ano 1 indicado no cronograma, tem por base o Cronograma de Investimentos da PMS-SEPLAM, e equivale ao ano 2 do Programa MINTER-RMS.

8.2. Mercados Novos

Os cronogramas físico-financeiros apresentados a seguir, para cada mercado novo indica as intervenções físicas previstas para execução das obras, e das ações econômico-institucionais. Conforme indicado no item 7.2, está previsto um período de 8 (oito) trimestres para o Programa de Ação Econômico-Institucional, em cada mercado. Este Programa, sempre se inicia 1 (um) trimestre antes do início da execução das obras.

O ano 1 indicado nos cronogramas, equivale ao ano 1 do Programa MINTER-RMS.

Está indicado o custo do projeto executivo de cada mercado no 1º trimestre do ano 1, que está sendo apresentado em novembro de 1984.

9. FORMA INSTITUCIONAL PARA GERENCIAMENTO

9. FORMA INSTITUCIONAL PARA GERENCIAMENTO

Pretende-se instituir, a partir de um processo educativo, uma forma de gerir os mercados que, ao lado de reduzir custos operacionais para a Prefeitura, permita um envolvimento e participação cada vez maior dos permissionários.

Sem retirar da Prefeitura as prerrogativas que lhe são atribuídas por lei de zelar por equipamento público procura-se operacionalizar uma estrutura gerencial que possibilite a delegação de algumas decisões a um colegiado que represente o condomínio dos permissionários. Esta estrutura que será implantada de forma progressiva e após trabalho de conscientização e treinamento dos permissionários se preocupará não só com os aspectos administrativos do prédio mas estenderá a sua ação em direção à dinamização das atividades comerciais do mercado, objetivando transformá-lo num verdadeiro centro moderno de compras.

Para isto, propõe-se estabelecer um CONSELHO de Administração, eleito pelos permissionários, que se ocupe de programar e executar uma série de atividades comuns aos permissionários que possibilitem atrair clientes, ampliar as vendas, manter a competitividade com outros centros comerciais além de discutir medidas administrativas relacionadas com funcionamento dos mercados.

O administrador, a ser nomeado pela SESP/PMS, será o executivo deste Conselho, porém, com atribuições voltadas para o funcionamento administrativo do equipamento naquilo que ele tem de serviço público. Já as deliberações relacionadas com atividades operacionais dos mercados estarão adstritas ao Conselho.

O Conselho de Administração poderá ser uma etapa na constituição de uma entidade com personalidade jurídica própria sob forma de ASSOCIAÇÃO. Na medida em que se propõem algumas ações que envolvam aplicação de recursos dos permissionários, contratação de serviços e aquisição de produtos, tornar-se-á necessário a criação de uma pessoa jurídica que possa praticar tais atos em nome

dos associados. A criação de um Conselho ou Comissão poderá ser uma fase preparatória à formalização da Associação. A decisão, no entanto, ficará a cargo dos próprios permissionários. Indicam-se aqui apenas as alternativas, os mecanismos institucionais que possibilitem aos permissionários mais participação na Gestão do Mercado, sobretudo no seu aspecto operacional.

Na medida em que estas atividades se expandam, o conselho poderá contratar, em nome e às expensas dos condomínios, pessoas especializadas que os auxiliem tecnicamente. Dentre as atividades operacionais que podem restabelecer o poder de competitividade dos permissionários está a de compras.

Na medida em que os permissionários possam concordar, as compras passariam a ser conjuntas por ramo de atividade, permitindo assim maior poder de barganha e uma redução nos custos de transportes. Antes mesmo da realização de compras conjuntas é necessário que sejam identificadas as fontes produtoras e realizar compras em volumes maiores, possibilitando assim economia de escala.

Através do apoio gerencial a ser realizado pelo CEDEC, será feita a identificação das fontes de suprimentos, seus preços e demais custos.

Ao invés de produtos serem adquiridos no supermercado e em pequenas quantidades poderão ser comprados em volume maior e nas fontes produtoras. Por exemplo, o feijão - poderá ser adquirido diretamente em Irecê, inclusive através da Cooperativa de Irecê. A farinha poderia ser adquirida de algumas cooperativas que estão sendo formadas na Região de Feira de Santana e Nazaré. Com relação aos hortifrutigranjeiros, o mercado produtor de jaguaquara entraria para complementar o que o mercado produtor de Camaçari não poderia cobrir. Massas alimentícias poderão ser adquiridas junto às fábricas de Salvador.

A partir do levantamento dos produtos e provável demanda por determinado período será avaliado o volume necessário e estabelecidos os contatos com as fontes produtoras. Na medida em que o movimento cresça é necessário que o condomínio contrate pessoas es

pecializadas e o custo deste serviço será rateado entre condôminos, da mesma forma como as demais despesas comuns.

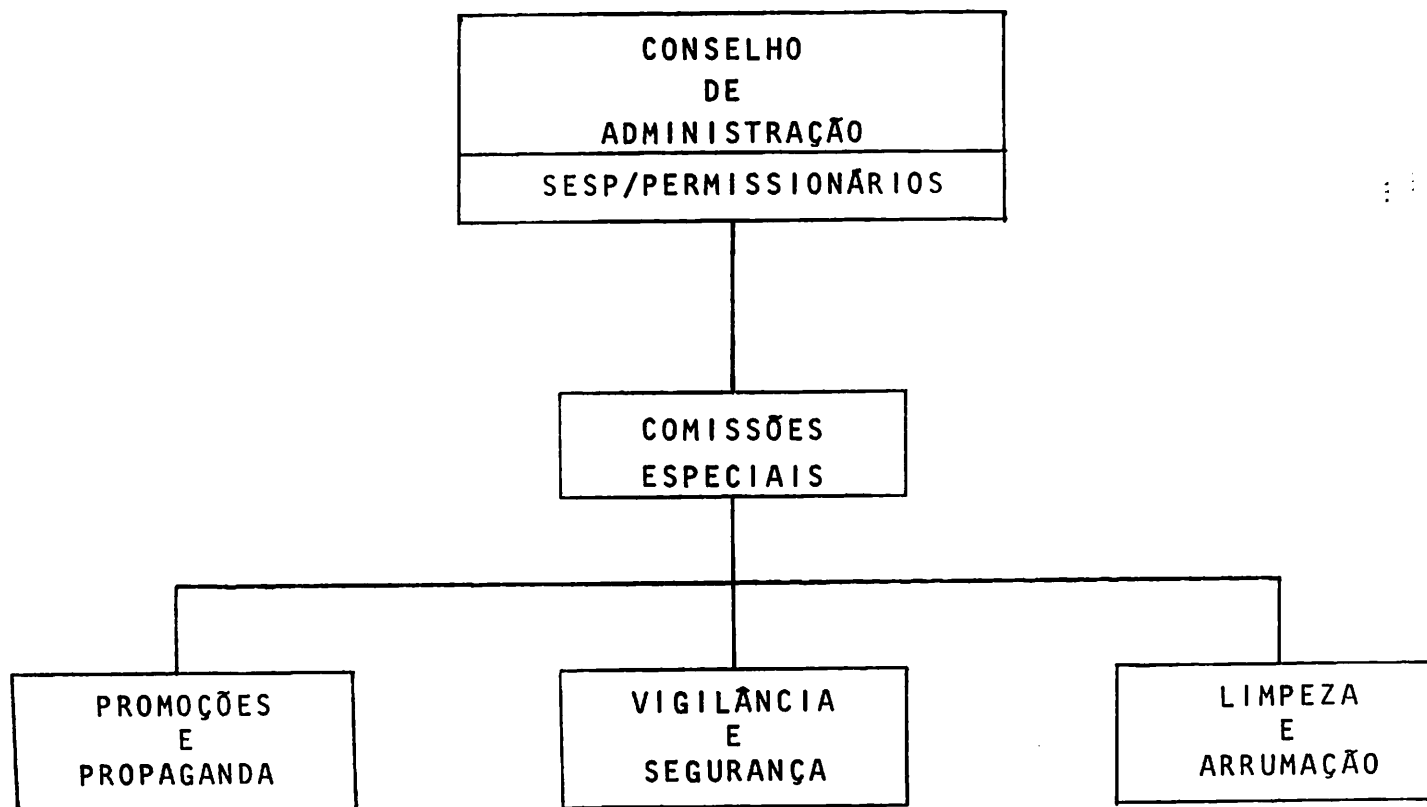
Enquanto o Conselho de Administração não tiver condições e estrutura para realizar as compras diretamente às fontes produtoras, poder-se-á utilizar dos serviços da COBAL com a qual já se manteve contatos para estudar a viabilidade de se constituir fornecedora de determinados produtos sobretudo os da rede SOMAR.

Tal possibilidade será concretizada em face de que a COBAL já presta este serviço em outros Estados, a pequenas mercearias, exigindo em contrapartida que os varejistas mantenham uma margem de lucro prefixada de forma a que não só possam manter a competitividade como funcionar como regulador de preços em relação a outros comerciantes. Esta fase de compras à COBAL poderá ser uma fase preparatória às compras conjuntas diretas aos produtores.

Foram realizados entendimentos com o Assessor da Superintendência Regional, sediada em Recife, no sentido da colaboração efetiva na implantação do Projeto na forma como foi concebido, e este se mostrou favorável a prestar o apoio solicitado.

Para alguns produtores poderá ser celebrado Convênio com a CEASA que se dispõe a realizar compras em volumes maiores de produtos com altas no mercado provocados por especulação, diretamente a produtores e repassá-los aos permissionários, desde que estes se organizam para isso. A CEASA conforme documento de 21.02.84 (Anexo 4) compromete-se a colaborar na viabilização do Projeto na forma como está concebida, dando apoio técnico na sua implantação, na indicação de fontes de suprimento, orientação quanto às compras, armazenagem apoio no sistema de compras e transportes de produtos diretamente da fonte produtora.

ESTRUTURA ADMINISTRATIVA PROPOSTA PARA OS
MERCADOS MUNICIPAIS



10. LINHAS DE FINANCIAMENTO

10. LINHAS DE FINANCIAMENTO

Outras linhas de financiamento paralelas às do Programa MINTER-RMS, estão sendo pesquisadas pela PMS-SEPLAM, principalmente entre órgãos federais.

Destaca-se entre eles o BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, o BNB - Banco do Nordeste do Brasil e o BNH - Banco Nacional de Habitação.

11. AQUISIÇÃO DA TERRA

11. AQUISIÇÃO DA TERRA

No subcomponente Mercados Novos de Cajazeiras, Lobato e Sussuarana, está prevista a aquisição de terrenos, por desapropriação, de limitados pelas poligonais indicadas a seguir, perfazendo uma superfície total para os três mercados de 44.502m² (4,45ha).

11.1. Análise da Situação Fundiária

A partir da seleção e identificação das áreas, citadas no item 5.2.1.1 deste documento, foram mantidos contatos preliminares com os proprietários dos terrenos, para a execução dos levantamentos topográficos, que nortearam as soluções de projeto ora apresentadas.

No que diz respeito à situação fundiária dos terrenos, apenas uma das áreas é de propriedade particular (Sussuarana), sendo as duas restantes, do Estado (Lobato) e da Companhia Química do Recôncavo (Cajazeiras) conforme o quadro-resumo a seguir indicado.

QUADRO-RESUMO - SITUAÇÃO FUNDIÁRIA

TERRENO MERCADO	PROPRIETÁRIO	ÁREA (M ²)
CAJAZEIRAS	ESTADO (URBIS)	15.241
LOBATO	CQR	15.390
SUSSUARANA	BECEL ENGENHARIA, adquirida da Cia. Progresso e União Fabril Ltda	13.872
TOTAL	-	44.502

FONTE: SEPLAM - Novembro-84.

11.2. Características dos Terrenos

A fração do terreno da CQR de 15.390m², a ser adquirida para o mercado de Lobato apresenta topografia suave, e algumas edificações em ruínas (galpão, reservatório, armazém velho) que serão demolidos sem reaproveitamento.

O terreno de Sussuarana, com 13.872m², de propriedade da Bancel Engenharia, apresenta topografia plana e livre de ocupação.

O terreno de Cajazeiras, com 15.241m², de propriedade da URBIS, também conta com topografia plana e sua área se acha livre, de ocupação.

11.3. Intervenções Necessárias

Visando efetivar o processo de aquisição dos terrenos para os mercados novos são necessárias as providências a seguir.

11.3.1. Avaliação dos imóveis, tendo por base a Tabela dos Valores Unitários-Padrões de Terreno e de Construção, elaborada pela Secretaria de Finanças da PMS, para o ano de 1984, para fins de desapropriação.

Esta tabela indica para cada área dos mercados novos, os seguintes valores:

- Área Mercado Sussuarana

- . Logradouro: Estrada de Sussuarana - nº 1469
- . m² de terreno na Estrada de Sussuarana - Cr\$ 810,00

- Área Mercado Lobato

- . Logradouro: Av. Suburbana - nº 4440
- Subdistrito: Penha
- . m² de terreno na Av. Suburbana - Cr\$ 582,00

- Área Mercado Cajazeiras

. Logradouro: Conjunto Habitacional Cajazeiras - nº 8147

. m² de terreno - Cr\$ 1.354,00

O custo de desapropriação seria então calculado:

CUSTO TOTAL DE DESAPROPRIAÇÃO
DOS TERRENOS

TERRENOS	CR\$
SUSSUARANA	11.236.320,00
LOBATO	8.956.980,00
CAJAZEIRAS	20.636.314,00
TOTAL	40.829.614,00

11.3.1. Decreto de Utilidade Pública

Apresenta-se a seguir as minutas dos projetos de decreto de utilidade pública, para fins de desapropriação das áreas, a serem sancionadas pelo Poder Executivo Municipal.

...
...

M I N U T A S D E
P R O J E T O S D E D E C R E T O
E C R O Q U I S

PROJETO DE DECRETO

DECLARA DE UTILIDADE PÚBLICA PARA FINS DE DESAPROPRIAÇÃO; COM SUAS BENFEITORIAS E ACESSÕES, UMA ÁREA DE TERRENO COM 15.241,00m² (QUINZE MIL, DUZENTOS E QUARENTA E UM METROS QUADRADOS) LOCALIZADA NO BAIRRO DE CAJAZEIRAS, SUBDISTRITO DE VALÉRIA NESTA CAPITAL E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O PREFEITO MUNICIPAL DO SALVADOR, CAPITAL DO ESTADO DA BAHIA, no uso das atribuições que lhe conferem o artigo 6º do Decreto-Lei nº 3365, de 21.06.41, e o artigo 45, inciso XV da Lei Municipal nº 2313, de 07.06.71, e com fundamento no artigo 5º, alíneas "e" e "i" do Decreto-Lei nº 3365/41.

D E C R E T A:

Artigo 1º - Fica declarada de utilidade pública, para fins de desapropriação, com as benfeitorias e as acessões existentes, uma área com 15.241,00m² (quinze mil, duzentos e quarenta e um metros quadrados) no bairro de Cajazeiras, subdistrito de Valéria, cuja localização geográfica é dada pela poligonal descrita na planilha e "Croqui" anexo.

Parágrafo Único - A área desapropriada será utilizada para implantação do Mercado Municipal de Cajazeiras.

Artigo 2º - Fica autorizada a Secretaria Muni

cial de Planejamento - SEPLAM a efetuar a desapropriação, amigável ou judicialmente, na forma da legislação vigente.

Parágrafo Único - Em caso da efetivação da desapropriação por via judicial fica a SEPLAM autorizada, no curso do processo, a invocar a aplicação do regime de urgência, a fim de obter a imissão de posse dos bens expropriados.

Artigo 3º - À SEPLAM compete também a elaboração do projeto e sua implantação, podendo fazê-lo diretamente ou por contrato a empresa especializada.

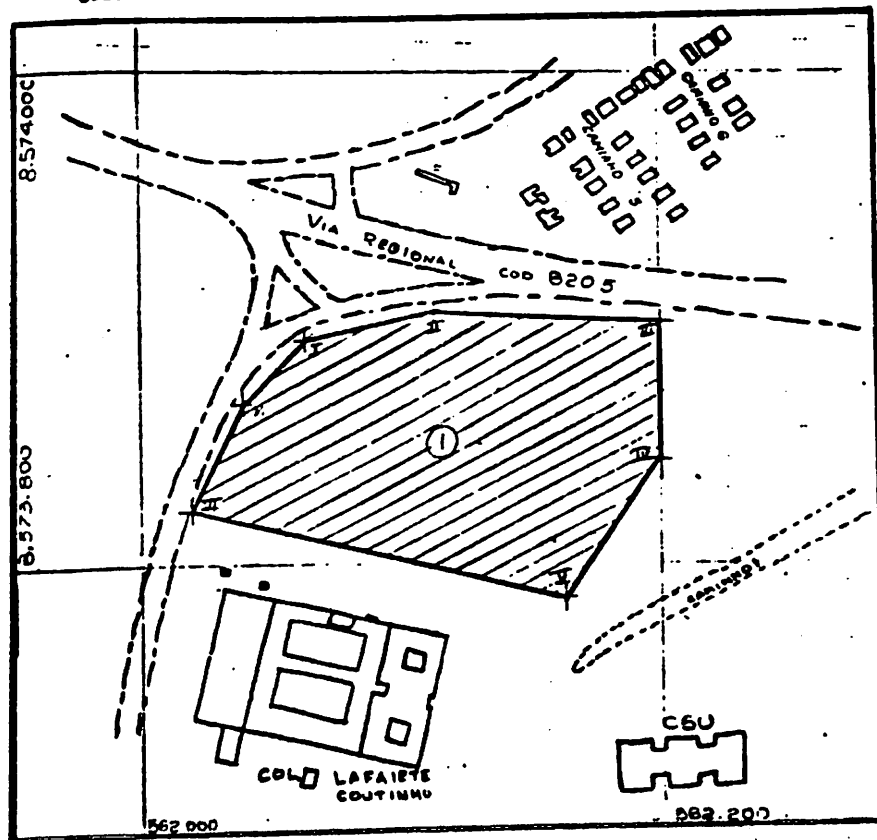
Artigo 4º - Para efeito do disposto neste Decreto a SEPLAM fornecerá, os recursos financeiros necessários segundo as rubricas orçamentárias próprias.

Artigo 5º - Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

PLANILHA DO CÁLCULO ANALÍTICO PARA IMPLANTAÇÃO DO
MERCADO MUNICIPAL DE CAJAZEIRAS

VERTICE Nº ORD.	POSICIONAMENTO DO VERTICE		ELEMENTOS DEFINITIVOS DA POLIGONAL			LIMITE ENTRE PONTOS DEFINIDO PELO(A) (3)
	COORDENADAS UTM		ÂNGULO		DISTÂNCIA CALCULADA EM METROS	
	ABCISSA E-LONG.(m)	ORDENADA N-LAT.(m)	AZIMUTE	INTERNO		
I	562.064	8.573.892	54° 44' 35"	146° 12' 19"	51,42	VIA REGIONAL LOG. 8.502
II	562.114	8.573.904	70° 54' 07"	163° 50' 28"	86,09	VIA REGIONAL LOG. 8.502
III	562.200	8.573.900	70° 54' 07"	92° 39' 47"	56,00	VIA REGIONAL LOG. 8.502
IV	562.200	8.573.844	192° 37' 09"	145° 37' 11"	69,06	CAMINHO I; FUNDO DO CENTRO SOCIAL URBANO DE CAJAZEIRAS
V	562.161	8.573.787	270° 45' 34"	101° 51' 35"	44,38	CAMINHO I; FUNDO DO DO CSU DE CAJAZEIRAS
VI	562.120	8.573.804	258° 26' 34"	192° 19' 00"	101,61	FUNDO DE CERCA DA CO LÔNIA LAFAIETE COUTI NHO
VII	562.020	8.573.822	2° 40' 58"	75° 45' 36"	48,33	VIA SEM CADASTRAMEN- TO
VIII	562.040	8.573.866	20° 56' 54"	161° 43' 04"	35,38	VIA SEM CADASTRAMEN- TO

PARA AS MEDIÇÕES ANGULARES FOI TOMADO O NORTE DA QUADRICULA
DECLINADO 21° 45' 40" A DIREITA.



PROJETO DE DECRETO

DECLARA DE UTILIDADE PÚBLICA PARA FINS DE DESAPROPRIAÇÃO; COM SUAS BENFEITORIAS E ACESSÕES, UMA ÁREA DE TERRENO COM 13.872,00m² (TREZE MIL, OITOCENTOS E SETENTA E DOIS METROS QUADRADOS) LOCALIZADA NO BAIRRO DE SUSSUARANA, SUBDISTRITO DE PIRAJÁ NESTA CAPITAL E DÁ OUTROS PROVIDÊNCIAS.

O PREFEITO MUNICIPAL DO SALVADOR, CAPITAL DO ESTADO DA BAHIA, no uso das atribuições que lhe conferem o artigo 6º do Decreto-Lei nº 3365, de 21.06.41, e o artigo 45, inciso XV da Lei Municipal nº 2313, de 07.06.71, e com fundamento no artigo 5º, alíneas "e" e "i" do Decreto-Lei nº 3365/41.

D E C R E T A:

Artigo 1º - Fica declarada de utilidade pública, para fins de desapropriação, com as benfeitorias e as acessões existentes, uma área com 13.872,00m² (treze mil, oitocentos e setenta e dois metros quadrados) no bairro de Sussuarana, Subdistrito de Pirajá, cuja localização geográfica é dada pela poligonal descrita na planilha e "Croqui" anexo.

Parágrafo Único - A área desapropriada será utilizada para implantação do Mercado Municipal de Sussuarana.

Artigo 2º - Fica autorizada a Secretaria Municipal do Planejamento - SEPLAM a efetuar a desapropriação, a migável ou judicialmente, na forma da legislação vigente.

Parágrafo Único - Em caso da efetivação da desapropriação por via judicial fica a SEPLAM autorizada, no curso do processo, a invocar a aplicação do regime de urgência, afim de obter a imissão de posse dos bens expropriados.

Artigo 3º - A SEPLAM compete também a elaboração do projeto e sua implantação, podendo fazê-lo diretamente ou por contrato a empresa especializada.

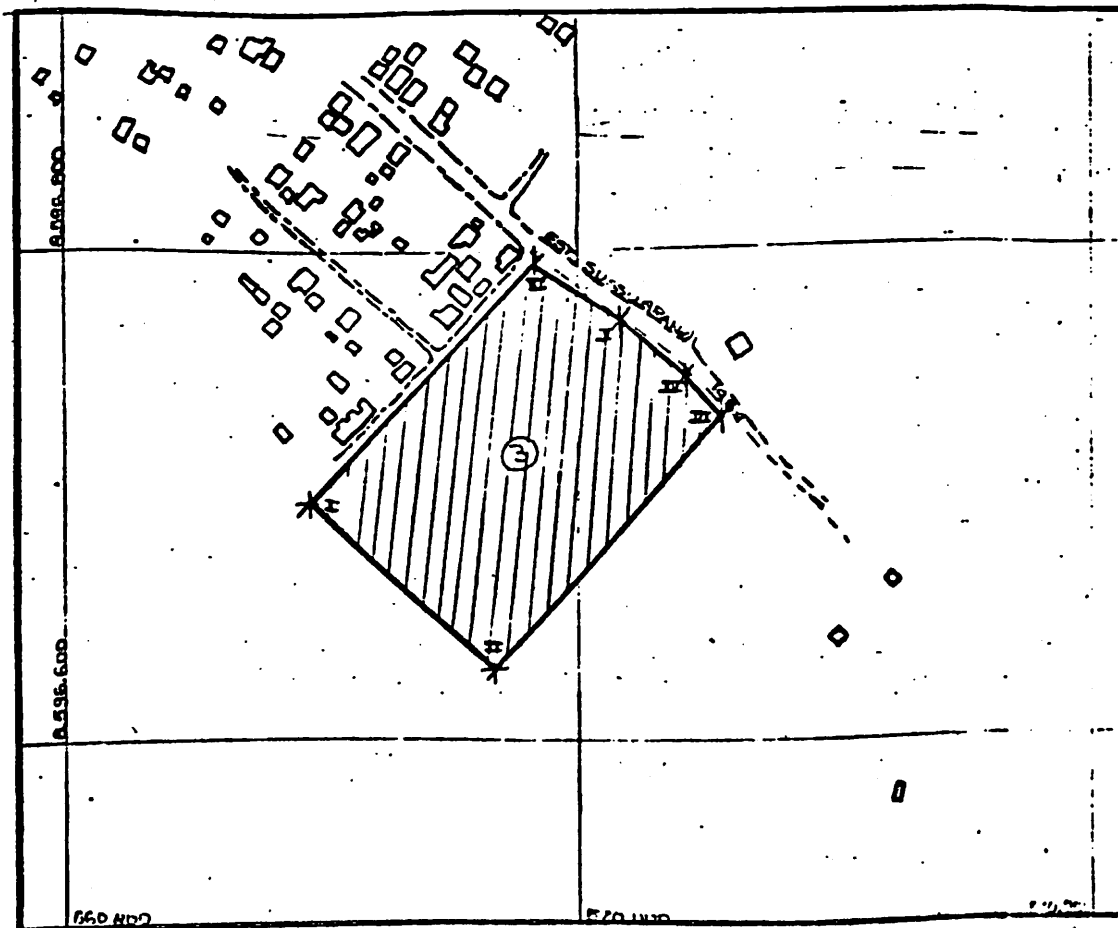
Artigo 4º - Para efeito do disposto neste Decreto a SEPLAM fornecerá, os recursos financeiros necessários segundo as rubricas orçamentárias próprias.

Artigo 5º - Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

PLANILHA DO CÁLCULO ANALÍTICO PARA IMPLANTAÇÃO DO
MEPCADO MUNICIPAL DE SUSSUARANA

VERTICE Nº ORD.	POSICIONAMENTO DO VÉRTICE		ELEMENTOS DEFINITIVOS DA PÔLIGONAL				LIMITE ENTRE PONTOS DEFINIDO PELO(A) (3)
	COORDENADAS UTM		ÂNGULO		DISTÂNCIA CALCULADA EM METROS		
	ABCISSA E-LONG.(m)	ORDENADA N-LAT.(m)	AZIMUTE INTERNO				
I	560.896	8.569.698	111° 36' 8''	91° 8' 55''	99,03	-	
II	560.968	8.569.630	19° 4' 6''	87° 27' 58''	136,12	-	
III	561.057	8.569.733	293° 14' 20''	94° 10' 14''	21,21	ESTRADA SUSSUARANA	
IV	561.042	8.569.748	294° 24' 29''	181° 10' 9''	34,65	ESTRADA SUSSUARANA	
V	561.018	8.569.773	281° 8' 39''	166° 44' 10''	49,50	ESTRADA SUSSUARANA	
VI	560.984	8.569.795	200° 27' 13''	99° 18' 34''	130,97	ESTRADA SUSSUARANA	

* PARA AS MEDIÇÕES ANGULARES FOI TOMADO O NORTE DA QUADRICULA
DECLINADO $21^{\circ} 45' 40''$ A DIREITA.



PROJETO DE DECRETO

DECLARA DE UTILIDADE PÚBLICA PARA FINS DE DESAPROPRIAÇÃO; COM SUAS BENFEITÓRIAS E ACESSÕES, UMA ÁREA DE TERRENO COM 15.390,00m² (QUINZE MIL, TREZENTOS E NOVENTA METROS QUADRADOS) LOCALIZADA NO BAIRRO DO LOBATO, SUBDISTRITO DA PENHA NESTA CAPITAL E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

O PREFEITO MUNICIPAL DO SALVADOR, CAPITAL DO ESTADO DA BAHIA, no uso das atribuições que lhe conferem o artigo 6º do Decreto-Lei nº 3365, de 21.06.41, e o artigo 45, inciso XV da Lei Municipal nº 2313, de 07.06.71, e com fundamento no artigo 5º, alíneas "e" e "i" do Decreto-Lei nº 3365/41.

D E C R E T A:

Artigo 1º - Fica declarada de utilidade pública, para fins de desapropriação, com as benfeitorias e as acessões existentes, uma área com 15.390,00m² (quinze mil, trezentos e noventa metros quadrados) no bairro do Lobato, Subdistrito da Penha, cuja localização geográfica é dada pela poligonal descrita na planilha e "Croqui" anexo.

Parágrafo Único - A área desapropriada será utilizada para implantação do Mercado Municipal do Lobato.

Artigo 2º - Fica autorizada a Secretaria Municipal do Planejamento - SEPLAM a efetuar a desapropriação, amigável ou judicialmente, na forma da legislação vigente.

Parágrafo Único - Em caso da efetivação da desapropriação por via judicial fica a SEPLAM autorizada, no curso do processo, a invocar a aplicação do regime de urgência, afim de obter a imissão de posse dos bens expropriados.

Artigo 3º - A SEPLAM compete também a elaboração do projeto e sua implantação, podendo fazê-lo diretamente ou por contrato a empresa especializada.

Artigo 4º - Para efeito do disposto neste Decreto a SEPLAM fornecerá, os recursos financeiros necessários segundo as rubricas orçamentárias próprias.

Artigo 5º - Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

12. AVALIAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

12. AVALIAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

O sistema de abastecimento alimentar de Salvador vem passando nos últimos anos por um processo de "modernização" que não tem sido acompanhado pelos mercados, que não mais oferecem as condições satisfatórias de atendimento no que se refere ao custo e a qualidade de serviço. Isto reflete-se diretamente nos preços e produtos alimentares e no volume total de vendas.

A recuperação dos Mercados Públicos se justifica, assim, pela conveniência social e econômica da participação destes no abastecimento alimentar da cidade, principalmente para as populações de baixa renda, de forma competitiva com a rede privada de supermercados.

Assim, além de melhorias e reformas das áreas edificadas propõe-se a organização e racionalização das atividades comerciais de forma a permitir a redução dos custos dos produtos elevando o nível de renda dos permissionários e oferecendo ao usuário um melhor nível de serviço a custos mais baixos.

Para os Mercados Novos acrescenta-se o atendimento da população com a diminuição dos deslocamentos.

Esta avaliação foi desenvolvida em duas partes. Na primeira será avaliado o Anteprojeto de Reforma dos mercados existentes - Popular, São Miguel e Itapuã.

Na segunda parte será avaliado o Projeto Executivo Novos Mercados - Cajazeira, Lobato e Sussuarana.

As intervenções propostas, têm portanto, importante impacto social, na medida em que objetiva atender áreas carentes de equipamentos deste porte e com população eminentemente de baixa renda - Projeto Novos Mercados, e recuperar equipamentos com forte tradição cultural - Anteprojeto Mercados Atuais.

A referência básica para o estudo dos Mercados Atuais, foi a pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, em 1983, tendo seus valores sido atualizados para dezembro de 1984. A avaliação do Projeto Mercados Novos teve como referência a pesquisa realizada no Horto Mercado Ogunjá, por esta SEPLAM, em novembro de 1984. Foi escolhido este Horto Mercado, em função das suas características operacionais serem semelhantes à proposta.

Assim, de posse dessas informações e dos custos de cada mercado, são feitas duas avaliações econômico-financeira dos equipamentos enquanto empreendimento conjunto - Mercados Atuais e Novos Mercados.

12.1. Mercados Atuais

12.1.1. Avaliação Financeira

12.1.1.1. Aspectos Metodológicos

A avaliação financeira do Anteprojeto Mercados Atuais, levam em consideração a consolidação dos três equipamentos - Itapuã, São Miguel e Popular, avaliados sob o ponto de vista da operação, manutenção e intervenção isoladamente.

Assim, com base na pesquisa realizada pelo CEDEC/SESP, e de posse das informações sobre aspectos financeiros dos mercados, fornecidos pela SESP, do mês de setembro de 1984, chegou-se ao resultado operacional por mercado. Esse procedimento permitiu determinar a capacidade de pagamento dos permissionários.

Portanto, cada mercado terá um valor de aluguel e condomínio, calculado de acordo com suas características de operação e comercialização.

12.1.1.2. Custos Financeiros

- Custos de Investimento:

São os valores correspondentes ao custo total para recuperação dos três mercados. Assim, considerou-se como custo de investimento, aqueles referentes ao Apoio Econômico-Institucional, Inversões fixas, projeto, fiscalização e contingências físicas. Esses Custos correspondem ao total de pedido de financiamento, e correspondem a um valor global de Cr\$ 1.525.318.047,00 /hum bilhão, quinhentos e vinte cinco milhões, trezentos e dezoito mil e quarenta e sete cruzeiros), a preços de dezembro de 1984. Adotou-se o percentual de 30% para o cálculo das contingências físicas de acordo com as recomendações técnicas.

O quadro 28 a seguir apresenta os custos de investimento.

QUADRO 28 - CUSTO DE INVESTIMENTO - MERCADOS ATUAIS

CR\$ 10³-Dez/84

DISCRIMINAÇÃO	CUSTO FINANCEIRO	CUSTO ECONÔMICO
APOIO ECONÔMICO-INSTITUCIONAL	395.022	395.022
Inversões Fixas	1.130.294	917.798
. Serviços de Arquitetura	711.487	569.190
. Instalação Elétrica	96.212	75.045
. Instalação de Água	36.467	30.997
. Instalação de Incêndio	6.624	5.630
. Inst.de Esgoto e Águas Pluviais	18.838	16.012
. Comunicação Visual	21.408	17.555
. Reservatório	14.409	12.248
. Projeto (5%)	51.377	43.670
. Fiscalização (5%)	51.377	43.670
. Eventuais (30%)	122.095	103.781
TOTAL	1.525.316	1.312.820

- Custo de Manutenção:

Considerou-se como custo anual de manutenção os gastos que deverão ser efetuados anualmente nas instalações físicas, para mantê-las em condições de utilização. O valor considerado foi equivalente a 2% do custo de investimento total.

- Custo Anual de Operação:

Compõe o custo de operação os gastos com pessoal, dimensionados no anteprojeto os gastos com água, luz e material de consumo, estimados de acordo com informações da Secretaria de Serviços Públicos que representam o atual consumo dos Mercados.

O quadro 29 a seguir apresenta a discriminação da despesa operacional mensal por mercado.

QUADRO 29 - CUSTO OPERACIONAL MENSAL POR MERCADO

CR\$ 10³-Dez/84

DESPESAS	ITAPUÃ	POPULAR	SÃO MIGUEL
1. Pessoal + Encargos	2.988,07	4.368,07	5.264,07
Administrador	854,05	854,05	854,05
Aux.Administrat.	427,02	427,02	427,02
Serventes	1.138,00	1.707,00	2.276,00
Vigias	569,00	1.380,00	1.707,00
2. Água, Luz, Mat. Limpeza	157,66	234,35	766,12
TOTAL	3.145,73	4.602,42	6.030,19

FONTE: SESP

- Síntese dos Custos Financeiros:

O quadro 30, a seguir, apresenta a síntese dos custos financeiros de acordo com os desembolsos anuais.

QUADRO 30 - MERCADOS ATUAIS - CUSTOS FINANCEIROS

					CR\$ 10 ³ -Dez/84
ANO	AÇÃO ECONÔMICO INSTITUCIONAL	OBRAS CIVIS	MANUTENÇÃO	OPERAÇÃO	TOTAL
-2	152.462	335.097	-	-	487.559
-1	217.672	795.201	-	-	1.012.873
0	24.886	-	-	-	24.886
1	-	-	30.506	162.432	192.938
2	-	-	30.506	162.432	192.938
3	-	-	30.506	162.432	192.938
4	-	-	30.506	162.432	192.938
5	-	-	30.506	162.432	192.938
6	-	-	30.506	162.432	192.938
7	-	-	30.506	162.432	192.938
8	-	-	30.506	162.432	192.938
9	-	-	30.506	162.432	192.938
10	-	-	30.506	162.432	192.938
11	-	-	30.506	162.432	192.938
12	-	-	30.506	162.432	192.938
13	-	-	30.506	162.432	192.938
14	-	-	30.506	162.432	192.938
15	-	-	30.506	162.432	192.938
TOTAL	395.020	1.130.298	457.590	2.436.480	4.419.388

12.1.1.3. Benefícios Financeiros

Foram considerados como benefícios financeiros, as receitas operacionais - Aluguel de boxes, condomínio e Estocagem, a redução da despesa pública, o incremento na arrecadação de impostos incidente sobre o aumento previsto de 25% no valor das vendas e o valor residual.

A seguir, cada benefício é apresentado, e quantificado:

- Receita Aluguel de Box:

As novas tarifas de aluguel dos boxes, foram calculadas em função da necessidade de remuneração dos custos de obras civis, aplicando o índice correspondente ao Fator de Recuperação de Capital, a uma taxa cumulativa anual de 11%, em 25 anos, acrescido do valor da depreciação anual das intervenções físicas e o custo de manutenção.

O quadro 31 a seguir, apresenta o cálculo das novas tarifas de aluguel dos boxes.

QUADRO 31 - BASE MENSAL PARA CÁLCULO DO VALOR MENSAL DO ALUGUEL

CR\$ 10³-Dez/84

DISCRIMINAÇÃO	ITAPUÃ	POPULAR	S.MIGUEL	TOTAL
FRC (11%, 25)	17.177,3	91.126,0	25.862,6	134.165,9
Depreciação	5.788,5	30.708,0	8.715,3	45.211,8
Total Anual	22.965,8	121.834,0	34.577,9	179.377,7
Total Mensal	1.913,8	10.152,8	2.881,5	14.948,1
Área de Comercialização	324,1	1.451,7	2.126,7	3.902,5
Cr\$/m ² - Mensal	5,9	7,0	1,4	-
Custo de Manutenção Mensal	241,2	1.279,5	363,2	1.883,9
Cr\$/m ² - Mensal	6,6	7,9	1,5	-
Receita Mensal Aluguel	2.139,1	11.468,6	3.190,1	16.797,7

- Taxa de Condomínio:

A taxa de condomínio foi estabelecida objetivando o rateio das despesas comuns - água, luz das áreas comuns, material de consumo e pessoal (serventes e vigias + encargos). O critério adotado foi dividir o total dos gastos comuns pela área de comercialização, estabelecendo um valor por metro quadrado, conforme cálculo apresentado no quadro 32, a seguir.

QUADRO 32 - BASE MENSAL PARA CÁLCULO DO CONDOMÍNIO

CR\$ 10 ³ -Dez/84				
ITEM	MERCADOS	ITAPUÃ	POPULAR	S.MIGUEL
- Pessoal		1.707,00	2.845,01	3.983,01
. Servente		666,24	999,36	1.332,48
. Vigia		333,12	666,24	999,36
. Encargos (70,81%)		707,64	1.179,41	1.651,17
- Água, Luz, Mat. Limpeza		157,66	234,35	766,12
Área dos Boxes		324,1	1.451,7	2.126,7
CUSTO TOTAL		1.864,66	3.079,36	4.749,13
CUSTO POR M ²		5,75	2,12	2,2

- Receita de Estocagem:

Com base nas áreas destinadas para depósitos nos Mercados de São Miguel e Popular, e de acordo com a prática de estocagem verificada junto à CEASA, foi dimensionado o potencial de armazenamento.

As dimensões da caixa padrão são 52cm x 25cm x 36cm, e a relação entre quantidade de caixa padrão e área de estocagem é de 19cx/m².

Admitiu-se uma utilização média de 60% da área destinada a depósito. Objetivando criar uma motivação para os permissionários foi

estabelecido um preço a ser cobrado pelo serviço de Cr\$ 100,00/caixa/dia.

O quadro 33 apresenta o cálculo da receita anual gerada pelo serviço de estocagem.

QUADRO 33 - RECEITA DOS SERVIÇOS DE ESTOCAGEM

CR\$ 10 ³ -Dez/84				
DISCRIMINAÇÃO	ITAPUÃ	POPULAR	S.MIGUEL	TOTAL
Área de Depósito (m ²)	-	92,7	250,2	342,9
Utilização Média da Área Depósito	-	55,6	150,1	205,7
Total de Caixas (19/m ²)	-	1.056,0	2.851,0	3.907,0
Preço por Caixa/Dia (CR\$)	-	0,1	0,1	0,1
Receita/Dia	-	105,6	285,1	390,7
Receita/Mês	-	3.168,0	7.127,5	10.295,5

- Incremento na Arrecadação de Impostos:

Considerou-se a arrecadação de impostos incidente sobre o acréscimo de 25% das vendas e na prestação de serviços (17% de ICM para as vendas e 5% de ISS para os serviços).

O quadro 34 a seguir, apresenta os valores por mercado.

QUADRO 34 - INCREMENTO DA ARRECAÇÃO DE IMPOSTOS

CR% 10³-Dez/84

ATIVIDADES	IMPOSTO %	ITAPUÃ		POPULAR		S.MIGUEL	
		INCREMENTO REC.VENDAS	IMPOSTOS	INCREMENTO REC.VENDAS	IMPOSTOS	INCREMENTO REC.VENDAS	IMPOSTOS
CARNES E MIÚDOS	17	5.788	984	2.547	433	(5.094)	(866)
PESCADOS E MARISCOS	17	117	20	320.064	54.411	3.472	590
MERCEARIAS	17	2.932	498	15.835	2.692	9.446	1.606
BAR/RESTAURANTE	5	2.161	108	13.891	695	417	21
SERVIÇOS	5	1.071	54	7.140	357	(15.703)	(785)
OUTRAS ATIVIDADES	17	3.395	577	14.431	2.453	14.092	2.396
TOTAL	-	15.464	2.241	373.908	61.041	6.630	2.962

FONTE: Pesquisa SESP

- Redução da Despesa Pública:

Atualmente, a Prefeitura assume as despesas comuns referentes à luz, água, vigilância e manutenção o que tem levado, decerta forma os permissionários a acomodarem ao processo de deterioração, sem procurar formas de superá-lo.

O quadro 35 apresenta os gastos da PMS nas situações atual e propostas, onde pode-se observar uma redução de Cr\$ 7.581.000,00 na Despesa Pública com operação, arcando apenas com o custo do Administrador e de 1 auxiliar de escritório.

QUADRO 35 - DEMONSTRATIVO DA DESPESA PÚBLICA - BASE MENSAL

CR\$ 10 ³ -Dez/84			
MERCADOS	GASTOS ATUAIS DA PREFEITURA	GASTOS DA PMS NA SIT.PROPOSTA	REDUÇÃO DA DESPESA PÚBLICA
ITAPUÃ	5.184	1.281	3.903
POPULAR	4.898	1.281	3.617
S.MIGUEL	1.342	1.281	61
TOTAL	11.424	3.843	7.581

FONTE: SESP

- Valor Residual:

Considerou-se a vida útil dos equipamentos, como sendo de 25 anos.

- Síntese dos Benefícios Financeiros

A seguir são apresentados no quadro 36 os benefícios/receitas financeiras anuais.

QUADRO 36 - SÍNTESE DOS BENEFÍCIOS FINANCEIROS

CR\$ 10³-Dez/84

ANO	ALUGUEL DE BOX	CONDOMÍNIO	SERVIÇOS DE ESTOCAGEM	REDUÇÃO DA DES- PESA PÚBLICA	ARRECADADOS DE IMPOSTOS	VALOR RESIDUAL	TOTAL
0	-	-	-	-	-	-	-
1	123.191	55.201	83.156	68.229	419.796	-	749.573
2	201.573	116.318	123.546	90.972	794.916	-	1.327.325
3	201.573	116.318	123.546	90.972	794.916	-	1.327.325
4	201.573	116.318	123.546	90.972	794.916	-	1.327.325
5	201.573	116.318	123.546	90.972	794.916	-	1.327.325
6	201.573	116.318	123.546	90.972	794.916	-	1.327.325
7	201.573	116.318	123.546	90.972	794.916	-	1.327.325
8	201.573	116.318	123.546	90.972	794.916	-	1.327.325
9	201.573	116.318	123.546	90.972	794.916	-	1.327.325
10	201.573	116.318	123.546	90.972	794.916	-	1.327.325
11	201.573	116.318	123.546	90.972	794.916	-	1.327.325
12	201.573	116.318	123.546	90.972	794.916	-	1.327.325
13	201.573	116.318	123.546	90.972	794.916	-	1.327.325
14	201.573	116.318	123.546	90.972	794.916	-	1.327.325
15	201.573	116.318	123.546	90.972	794.916	-	1.327.325
16	-	-	-	-	-	762.659	762.659
TOTAL	2.945.213	1.683.653	1.812.800	1.341.837	11.548.620	762.659	20.094.782

PROJEÇÃO ANUAL DOS FLUXOS DE CAIXA

[illegible]

[illegible]

12.1.1.4. Avaliação

- Valor Presente Líquido:

O valor presente líquido é a diferença entre os benefícios e os custos financeiros, atualizados a uma taxa de 11%, que corresponde à taxa de remuneração mínima dos investimentos exigida pelo Banco.

O valor presente líquido do Projeto Mercados Atuais, apresenta um saldo de Cr\$ 4.894.438,71, resultante de um benefício financeiro atualizado de Cr\$ 7.440.732,41 e de um custo financeiro atualizado de Cr\$ 2.546.293.70.

Esse critério de avaliação indica que o Projeto é atrativo.

- Taxa Interna de Retorno:

A taxa interna de retorno exprime a taxa de atualização mediante a qual o benefício e o custo do Projeto se equivalem. É uma forma de exprimir, através do método de atualização das entradas líquidas, a própria rentabilidade do capital aplicado no período de vida útil considerado.

A taxa interna de retorno financeiro do Projeto é de 40,11%, o que demonstra, também por esse critério a viabilidade do Projeto.

12.1.2. Avaliação Econômica

12.1.2.1. Aspectos Metodológicos

Da mesma forma que na avaliação financeira, foi feita uma consolidação dos três equipamentos objetivando determinar a viabilidade econômica deste Anteprojeto.

A avaliação econômica aborda os indicadores clássicos de avaliação, ou seja, benefício líquido atualizado, relação benefício/custo, taxa interna de retorno e análise de sensibilidade.

12.1.2.2. Custo Econômico

Na avaliação econômica considerou-se como custos, o total dos investimentos realizados, deduzidos dos impostos indiretos e transferências, indicadores por percentuais, nos manuais da SUDENE e SBTU para cada item do investimento e os custos de manutenção (2% sobre o valor total do investimento econômico) e operação.

O quadro 28 a seguir, apresenta a síntese dos custos econômicos.

QUADRO 38 - MERCADOS ATUAIS - CUSTOS ECONÔMICOS

CR\$ 10³-Dez/84

ANO	APOIO ECONÔMICO INSTITUCIONAL	OBRAS CIVIS	MANUTENÇÃO	TOTAL
-2	152.462	284.832	-	437.294
-1	217.672	675.921	-	893.593
0	24.886	-	-	24.886
1	-	-	27.115	27.115
2	-	-	27.115	27.115
3	-	-	27.115	27.115
4	-	-	27.115	27.115
5	-	-	27.115	27.115
6	-	-	27.115	27.115
7	-	-	27.115	27.115
8	-	-	27.115	27.115
9	-	-	27.115	27.115
10	-	-	27.115	27.115
11	-	-	27.115	27.115
12	-	-	27.115	27.115
13	-	-	27.115	27.115
14	-	-	27.115	27.115
15	-	-	27.115	27.115
TOTAL	395.020	960.753	406.725	1.762.498

12.1.2.3. Benefícios Econômicos

Foram considerados como benefícios econômicos os seguintes itens:

- Incremento dos Resultados Líquidos:

Este benefício resulta da apuração da margem beneficiária obtida atualmente pelos comerciantes, ao montante das receitas incrementais geradas.

Entende-se como margem beneficiária a relação entre a Receita Líquida obtida pelos permissionários e a Receita de Vendas, sobre as quais propõe um acréscimo de 25% após as intervenções.

O quadro 39 demonstra o total do benefício incremental anual gerado pelo Projeto.

QUADRO 29 - INCREMENTO DOS RESULTADOS - BASE MENSAL

CR\$ 10 ³ -Dez/84					
MERCADOS	RECEITA DE VENDAS PROPOSTA	RECEITA DE VENDAS ATUAL	RESULTADO BRUTO	MARGEM BENEFICIÁRIA	INCREMENTO DOS RESULTADOS LÍQUIDOS
ITAPUÃ	71.027	53.247	17.780	52,86%	9.399
POPULAR	678.483	265.218	413.265	5,76%	23.804
S.MIGUEL	214.304	206.399	7.905	25,14%	1.987
TOTAL	963.814	524.864	438.950	-	35.190

FONTE: SESP/CEDEC

- Renda Gerada pelos Empregos Diretos do Projeto:

O Projeto tem como meta, a criação de 0,5 emprego direto por permissionário, gerando uma renda anual de Cr\$ 54.055.000,00.

- Redução das Perdas por Perecibilidade:

O apoio Econômico-Institucional proposto deverá permitir que a meta estabelecida de redução de 50% nas perdas seja atendida. O serviço de armazenagem proposto, e a racionalização operacional criarão as condições objetivas para a consecução desta meta.

Sob o ponto de vista econômico, essa redução trará um benefício já que a base econômica será fortalecida com uma maior oferta de produtos, além do aumento na renda familiar dos permissionários.

Os percentuais de perdas, levou em consideração informações levantada junto a administração da CEASA.

O quadro 40 expõe a aplicação do percentual de perdas ao montante de compras para a situação proposta.

QUADRO 40 - DESPESAS COM PERDAS POR PERECIBILIDADE - BASE MENSAL

CR\$ 10 ³ -Dez/84									
ATIVIDADE	PERDA %	ITAPUÃ		POPULAR		S.MIGUEL		TOTAL	
		COMPRA	PERDA	COMPRA	PERDA	COMPRA	PERDA	COMPRA	PERDA
CARNES E MIÚDOS	1	7.717	77	2.894	29	5.643	56	16.254	162
PESCADOS E MARISCOS	8	270	22	215.781	17.262	8.682	695	224.733	17.979
HORTALIÇAS E FRUTAS	10	1.736	174	10.225	1.023	18.183	1.818	30.144	3.015
MERCEARIAS	1	4.244	42	21.221	212	33.788	338	59.253	592
TOTAL	-	13.967	315	250.121	18.526	66.296	2.907	330.384	21.748

FONTE: CEASA

De acordo com o projeto propõe reduzir os percentuais de perda por perecibilidade em 50% de onde se obtém um benefício anual de Cr\$ 130.488.000,00.

- Redução dos Gastos com Transporte:

A falta de organização dos sistemas de compras e armazenagem existentes atualmente, faz com que os permissionários tenham um gasto excessivo na situação atual, com transporte nas compras.

Com a implantação desse Anteprojeto, espera-se que haja uma redução desses gastos, da ordem de 50%, o que resulta em um benefício anual de Cr\$ 58.224.000,00.

Assim, considerou-se esse benefício como econômico, já que permite um aumento na renda familiar dos permissionários.

- Síntese dos Benefícios:

O quadro 41 a seguir, apresenta a síntese dos benefícios econômicos.

QUADRO 41 - MERCADOS ATUAIS - BENEFÍCIOS ECONÔMICOS

CR\$ 10³-Dez/84

ANO	INCREMENTO DOS RE- SULTADOS LÍQUIDOS	REDUÇÃO DAS PERDAS	REDUÇÃO COM GASTOS DE TRANSPORTES	VALOR RESIDUAL	TOTAL
0	-	-	-	-	-
1	273.495	141.099	34.485	-	449.079
2	422.280	260.976	58.224	-	741.480
3	422.280	260.976	58.224	-	741.480
4	422.280	260.976	58.224	-	741.480
5	422.280	260.976	58.224	-	741.480
6	422.280	260.976	58.224	-	741.480
7	422.280	260.976	58.224	-	741.480
8	422.280	260.976	58.224	-	741.480
9	422.280	260.976	58.224	-	741.480
10	422.280	260.976	58.224	-	741.480
11	422.280	260.976	58.224	-	741.480
12	422.280	260.976	58.224	-	741.480
13	422.280	260.976	58.224	-	741.480
14	422.280	260.976	58.224	-	741.480
15	422.280	260.976	58.224	-	741.480
16	-	-	-	677.887	677,887
TOTAL	6.185.415	3.794.763	849.621	677.887	11.507.686

12.1.2.4. Avaliação

- Valor Presente Líquido:

O benefício econômico, atualizado a uma taxa de 11% igual a Cr\$ 4.217.273,34 e o custo Cr\$ 1.420.781,26.

Assim, o VPL apresenta um saldo de Cr\$ 2.796.492,08, o que demonstra a atratividade do Projeto.

- Taxa Interna de Retorno:

A taxa interna de retorno econômica do Projeto, é de 32,21%, o que demonstra a viabilidade do Projeto, também por esse critério.

- Relação Benefício/Custo:

A relação benefício/custo é a expressão do benefício líquido atualizado do Projeto, comparado ao seu investimento total.

A uma taxa de atualização de 11%, a relação B/C do Projeto é igual a 2,96; o que significa que o Projeto tem capacidade de reproduzir uma riqueza superior ao volume de recursos alocados nele.

- Análise de Sensibilidade:

Se houver uma penalização dos custos em 20%, o Projeto apresenta uma relação B/C de 2,47, o que significa que o mesmo é pouco sensível a uma variação dos custos de 20%.

12.1.3. Análise de Impactos

Na avaliação de impactos foram utilizados três indicadores:

- Aumento do valor da produção anual pela comercialização de bens e serviços;
- Aumento da renda anual pela geração de empregos e redução das perdas;
- Aumento da receita do Setor Público pelo incremento na Arrecadação de Impostos.
- Valor da Produção Anual pela Comercialização de Bens e Serviços:

Sobre o aumento da receita bruta de vendas, que é de Cr\$ 5.267.400.000,00, foi descontado o valor correspondente ao aumento da receita líquida dos permissionários, redução nas perdas e as receitas do Setor Público, pois, estes valores estão computados separados nos itens seguintes. Obtem-se, assim, um aumento na receita de vendas no valor de Cr\$ 652.324.000,00.

- Renda de Empregos Gerados Durante a Implantação do Projeto:

Considerando-se que pelo menos 60% do total do custo com obras é dispendido com mão-de-obra, que 60% desse valor corresponde a mão-de-obra não qualificada enquadrada em faixas de salários inferior a 5 S.M., o que soma o valor de Cr\$ 406.907.280,00 portanto, 40% corresponde a salários em faixas superiores a 5 S.M. gerando uma renda de Cr\$ 271.271.520,00.

- Renda de Comerciantes/Feirantes:

A renda líquida atual dos feirantes atinge o total de Cr\$ 1.641.288.000,00, de acordo com a proposta passará para Cr\$ 4.941.612.000,00, logo obter-se o incremento da renda, que descontado do valor referente a perdas, computado separadamente, equivale ao montante de Cr\$ 3.039.348.000,00.

- Renda Gerada por Empregos Diretos e Indiretos após a Implantação do Projeto:

Considerando, a incapacidade do sistema produtivo local em absorver a força de trabalho disponível é que se torna importante avaliar a capacidade de geração de emprego do Projeto e quantificar o seu custo social.

Como meta do Projeto a geração de 0,5 emprego por box o que significa um total de 190 novos empregos, gerando um total de Cr\$ 648.660.000,00.

- Renda Gerada pela Redução de Perdas:

A economia resultante da redução em 50% do volume das Perdas por Perecibilidade totaliza o valor de Cr\$ 260.976.000,00.

- Renda por Economia na Redução dos Custos Operacionais:

Os custos com transporte deverão ser reduzidos em pelo menos 50% do seu valor devido a maior racionalização no sistema de compras e ao sistema de armazenagem a ser implantado, gerando uma economia de Cr\$ 58.224.000,00.

- Receitas do Setor Público:

Os impostos ISS e ICM incidentes sobre o valor de prestação de serviços e sobre circulação de mercadorias, respectivamente, gerarão uma renda incremental de Cr\$ 794.928.000,00 devido ao aumento de 25% no valor das vendas.

Haverá ainda um aumento da receita da Prefeitura devido ao novo aluguel de box cujo incremento que somará um total de Cr\$ 148.760.000,00 e devido a redução de sua despesa anual com os mercados em estudo de Cr\$ 137.088.000,00 para Cr\$ 27.000.000,00 o que significa uma redução de Cr\$ 110.088.000,00.

Desta forma o Setor Público terá uma receita incremental de Cr\$ 1.053.776.000,00.

12.2. Mercados Novos

12.2.1. Avaliação Financeira

12.2.1.1. Aspectos Metodológicos

A avaliação financeira do Projeto Mercados Novos, leva em consideração a implantação dos três equipamentos - Sussuarana, Lobato e Cajazeiras, avaliados sob o ponto de vista da operação, manutenção e intervenção, isoladamente.

Tomou-se como referência, a situação operacional do Mercado de Ogunjá, da CEASA, com informações obtidas por esta SEPLAM, através pesquisa direta realizada em novembro/84. Esse procedimento deve-se às características dos equipamentos, que são semelhantes às dos Mercados da CEASA.

Os custos do investimento foram obtidos através da quantificação dos serviços constantes no Projeto Executivo.

As receitas, com os custos, foram calculados por mercado, e consolidadas.

CUSTOS FINANCEIROS

- Custos de Investimento:

São os valores correspondentes ao custo total para construção dos três mercados. Assim, considerou-se como custo de investimento, aqueles referentes ao Apoio Econômico-Institucional, aquisição de terra, inversões fixas, projeto, fiscalização e contingências físicas. Esses custos correspondem ao total de financiamento, e correspondem a um valor global de Cr\$ 5.415.888.324,00 (cinco bilhões, quatrocentos e quinze milhões, oitocentos e oitenta e oito mil, trezentos e vinte e quatro cruzeiros) a preço de dezembro de 1984.

QUADRO 42 - CUSTOS DE INVESTIMENTO - MERCADOS NOVOS

CR\$ 10³ - Dez/84

DISCRIMINAÇÃO	LOBATO	SUSSUARANA	CAJAZEIRAS	TOTAL
APOIO ECONÔMICO-INSTITUCIONAL	143.003	143.003	143.003	429.009
AQUISIÇÃO DE ÁREA	8.957	11.236	20.636	40.829
INVERSÕES FIXAS	1.834.039	1.362.872	1.749.140	4.946.051
. PROJETO (5%)	79.396	58.999	75.721	214.115
. SERVIÇOS DE ARQUITETURA	1.252.951	906.286	1.148.458	3.307.695
. INSTALAÇÕES	181.703	144.677	184.120	510.501
. URBANIZAÇÃO	153.258	129.011	181.830	464.099
. EVENTUAIS (5%)	87.335	64.899	83.292	235.526
. FISCALIZAÇÃO (5%)	79.396	58.999	75.721	214.115
TOTAL	1.985.997	1.517.110	1.912.781	5.415.888

- Custo Anual de Manutenção:

Considerou-se como custo anual de manutenção os gastos que deverão ser efetuados anualmente nas instalações físicas, para mantê-las em condições de utilização. O valor considerado foi equivalente a 2% do custo de investimento total.

- Custo Anual de Operação:

Compõe o custo de operação os gastos com pessoal, dimensionados no Projeto Executivo os gastos com água, luz e material de consumo, estimados de acordo com informações da Secretaria de Serviços Públicos, que apresentam o atual consumo dos mercados.

O quadro 43 a seguir, apresenta a discriminação da despesa operacional mensal por mercado.

QUADRO 43 - CUSTO OPERACIONAL MENSAL POR MERCADO

CR\$ 10³-Dez/84

DESPEAS \ MERCADOS	LOBATO	SUSSUARANA	CAJAZEIRAS	TOTAL
1. Pessoal	5.548.592	5.548.592	5.548.592	16.645.776
. Administrador	500.000	500.000	500.000	1.500.000
. Aux.Administrativo	250.000	250.000	250.000	750.000
. Servente	1.332.480	1.332.480	1.332.480	3.997.440
. Vigia	999.360	999.360	999.360	2.998.080
. Encarreg.Depósito	166.560	166.560	166.560	499.680
. Encargos (70,81%)	2.300.192	2.300.192	2.300.192	6.900.576
. Água, Luz, Mat.Limpeza	1.063.268	771.556	1.080.738	2.915.562
TOTAL	6.611.860	6.320.148	6.629.330	19.561.338

FONTE: Dimensionamento de Pessoal do Projeto e CEASA.

- Síntese dos Custos Financeiros:

O quadro 44 a seguir, apresenta a síntese dos custos financeiros, de acordo com os desembolsos anuais.

QUADRO 44 - CUSTOS FINANCEIROS - MERCADOS NOVOS

CR\$ 10³-Dez/84

ANO	AÇÃO ECONÔMICO INSTITUCIONAL	AQUISIÇÃO DA TERRA	OBRAS CIVIS	MANUTENÇÃO	OPERAÇÃO	TOTAL
0	160.878	40.830	4.605.841	-	-	4.807.549
1	214.504	-	340.210	108.318	234.736	897.768
2	53.626	-	-	108.318	234.736	396.680
3	-	-	-	108.318	234.736	343.054
4	-	-	-	108.318	234.736	343.054
5	-	-	-	108.318	234.736	343.054
6	-	-	-	108.318	234.736	343.054
7	-	-	-	108.318	234.736	343.054
8	-	-	-	108.318	234.736	343.054
9	-	-	-	108.318	234.736	343.054
10	-	-	-	108.318	234.736	343.054
11	-	-	-	108.318	234.736	343.054
12	-	-	-	108.318	234.736	343.054
13	-	-	-	108.318	234.736	343.054
14	-	-	-	108.318	234.736	343.054
15	-	-	-	108.318	234.736	344.054
TOTAL	429.008	40.830	4.946.051	1.624.770	3.531.040	10.561.699

12.2.1.3. Benefícios Financeiros

Foram considerados como benefícios financeiros, as receitas operacionais - receita de aluguel de boxes, receita de condomínio e receita de estocagem, a arrecadação de impostos e valor residual.

A seguir, cada benefício é apresentado e quantificado.

- Receita de Aluguel de Box:

Utilizou-se metodologia semelhante à dos mercados atuais.

O quadro 45 a seguir, apresenta o cálculo das tarifas de aluguel de boxes, por mercado.

QUADRO 45 - BASE MENSAL PARA CÁLCULO DO VALOR MENSAL DO ALUGUEL

CR\$ 10³-Dez/84

DISCRIMINAÇÃO	LOBATO	SUSSUARANA	CAJAZEIRAS	TOTAL
FRC (11%, 25) Inversões Fixas	217.700	161.771	207.623	587.094
Depreciação	73.361	54.514	69.965	197.840
Total Anual	291.061	216.185	277.588	784.934
Total Mensal	24.255	18.023	23.132	65.411
Custo de Manutenção Mensal	2.185	1.624	2.084	5.893
Área de Comercialização (m ²)	1.043,2	1.123,2	1.388,8	3.555,2
Cr\$ 10 ³ /m ² - Mensal	25,3	17,5	18,2	20,0
Receita Total do Aluguel	26.392,96	19.639,5	25.216,33	71.304

- Taxa de Condomínio:

O cálculo da taxa de condomínio seguiu a metodologia utilizada para os Mercados Atuais.

O quadro 46 a seguir, apresenta o cálculo da taxa de condomínio por mercado.

QUADRO 46 - BASE MENSAL PARA CÁLCULO DO CONDOMÍNIO

CR\$ 10 ³ -Dez/84				
MERCADOS	LOBATO	SUSSUARANA	CAJAZEIRAS	TOTAL
DESPESAS				
- Com Pessoal	4.267,51	4.267,51	4.267,51	12.802,55
. Servente	1.332,48	1.332,48	1.332,48	3.997,44
. Vigia	999,36	999,36	999,36	2.998,08
. Encarreg. Depósito	166,56	166,56	166,56	499,68
. Encargos (70,81%)	1.769,11	1.769,11	1.769,11	5.307,35
- Água, Luz, Mat.Limpeza	1.063,26	771,55	1.080,73	2.915,56
Área dos Boxes(m ²)	1.043,2	1.123,2	1.388,8	3.555,2
Custo Total	5.330,78	5.039,07	5.348,25	15.718,11
Custo por m ²	5,11	4,48	3,85	-

- Receita de Estocagem:

A metodologia utilizada para dimensionamento do número de caixas a serem armazenadas, foi semelhante à do Projeto Mercados Atuais.

O preço unitário a ser cobrado, também foi o mesmo, Cr\$ 100,00/caixa/dia.

O quadro 47 a seguir, apresenta o cálculo da receita anual gerada pelo serviço de estocagem.

QUADRO 47 - RECEITA DOS SERVIÇOS DE ESTOCAGEM

CR\$ 10 ³ -Dez/84				
DISCRIMINAÇÃO	LOBATO	SUSSUARANA	CAJAZEIRAS	TOTAL
Área de Depósito(m ²)	245,0	147,0	196,0	588,0
Utilização Média da Área Depósito	147,0	88,2	117,6	352,8
Total de Caixas (19/m ²)	2.793,0	1.675,8	2.234,4	6.703,2
Preço por Caixa/Dia	0,1	0,1	0,1	0,1
Receita/Dia	279,3	167,6	223,4	670,3
Receita/Mês	6.982,5	4.189,5	5.586,0	16.758,0

- Arrecadação dos Impostos:

Considerou-se como receita, o total dos impostos que incidem sobre as vendas de mercadorias (17% de ICM - para aqueles produtos que paguem esse imposto) e prestação de serviços (5% de ISS).

O quadro 48, apresenta as arrecadações por mercado.

...

QUADRO 48 - ARRECADAÇÃO DE IMPOSTOS

CR\$ 10³-Dez/84

ATIVIDADES	IMPOSTOS %	LOBATO		SUSSUARANA		CAJAZEIRAS	
		RECEITA VENDAS	IMPOSTO	RECEITA VENDAS	IMPOSTO	RECEITA VENDAS	IMPOSTO
CARNES, PEIXES, AVES	17	216.457	36.968	168.355	28.620	180.381	30.665
CEREAIS E ESTIVAS	17	88.486	15.043	82.166	13.968	94.806	16.117
ANIMAÇÃO	5	27.460	1.373	27.460	1.373	27.460	1.373
NÃO ALIMENTOS	17	7.102	1.207	24.856	4.226	28.406	4.829
SERVIÇOS POPULARES	5	1.065	53	2.486	124	2.486	124
T O T A L	-	340.570	54.644	305.323	48.311	333.559	53.108

- Valor Residual:

Considerou-se a vida útil dos mercados como sendo de 25 anos.

SÍNTESE DOS BENEFÍCIOS FINANCEIROS

A seguir, são apresentados no quadro 49, os benefícios/receitas financeiras anuais.

QUADRO 49 - SÍNTESE DOS BENEFÍCIOS FINANCEIROS

CR\$ 10 ³ -Dez/84						
ANO	ALUGUEL DE BOX	CONDOMÍNIO	SERVIÇO DE ESTOCAGEM	ARRECADAÇÃO DE IMPOSTOS	VALOR RESIDUAL	TOTAL
0	-	-	-	-	-	-
1	592.941	141.462	150.882	1.404.567	-	2.325.792
2	855.648	188.617	201.096	1.872.756	-	3.118.117
3	855.648	188.617	201.096	1.872.756	-	3.118.117
4	855.648	188.617	201.096	1.872.756	-	3.118.117
5	855.648	188.617	201.096	1.872.756	-	3.118.117
6	855.648	188.617	201.096	1.872.756	-	3.118.117
7	855.648	188.617	201.096	1.872.756	-	3.118.117
8	855.648	188.617	201.096	1.872.756	-	3.118.117
9	855.648	188.617	201.096	1.872.756	-	3.118.117
10	855.648	188.617	201.096	1.872.756	-	3.118.117
11	855.648	188.617	201.096	1.872.756	-	3.118.117
12	855.648	188.617	201.096	1.872.756	-	3.118.117
13	855.648	188.617	201.096	1.872.756	-	3.118.117
14	855.648	188.617	201.096	1.872.756	-	3.118.117
15	855.648	188.617	201.096	1.872.756	-	3.118.117
16	-	-	-	-	2.707.945	2.707.945
TOTAL	12.572,013	2.782.100	2.966.166	27.623.151	2.707.945	48.687.375

[illegible]

[illegible]

12.2.1.4. Avaliação

- Valor Presente Líquido:

O valor presente líquido é de Cr\$ 14.376.109.050,00, resultante de um benefício financeiro atualizado de Cr\$ 22.193.781.020,00 e um custo financeiro atualizado de Cr\$ 7.817.671.970,00, atualizados a uma taxa de 11%.

- Taxa Interna de Retorno:

A taxa interna de retorno financeira do Projeto é de 48,08%.

12.2.2. Avaliação Econômica

12.2.2.1. Aspectos Metodológicos

A avaliação econômica trata dos três equipamentos de forma consolidada, objetivando determinar a viabilidade da implantação do conjunto dos três mercados.

O Projeto Mercados Novos, é analisado economicamente, de acordo com os indicadores clássicos de avaliação, ou seja, benefício líquido atualizado, relação benefício/custo, taxa interna de retorno e análise de sensibilidade.

12.2.2.2. Custos Econômicos

As deduções dos custos financeiros para econômicos, foram feitas com base nos critérios estabelecidos no item 12.1.2.2, desta avaliação.

O quadro 51 apresenta a síntese dos custos econômicos.

QUADRO 51 - SÍNTESE DOS CUSTOS ECONÔMICOS

CR\$ 10³-Dez/84

ANO	AÇÃO ECONÔMICO INSTITUCIONAL	AQUISIÇÃO DE TERRAS	OBRAS CIVIS	MANUTENÇÃO	TOTAL
0	160.878	40.830	3.914.965	-	4.116.673
1	124.504	-	289.178	93.480	597.162
2	53.626	-	-	93.480	147.106
3	-	-	-	93.480	93.480
4	-	-	-	93.480	93.480
5	-	-	-	93.480	93.480
6	-	-	-	93.480	93.480
7	-	-	-	93.480	93.480
8	-	-	-	93.480	93.480
9	-	-	-	93.480	93.480
10	-	-	-	93.480	93.480
11	-	-	-	93.480	93.480
12	-	-	-	93.480	93.480
13	-	-	-	93.480	93.480
14	-	-	-	93.480	93.480
15	-	-	-	93.480	93.480
TOTAL	429.008	40.830	4.204.143	1.402.200	6.076.181

12.2.2.3. Benefícios Econômicos

Foram considerados como benefícios econômicos, os seguintes itens:

- Renda Gerada:

Foi considerado como renda gerada, a receita líquida dos permissionários deduzida de 15% de impostos.

Este procedimento, baseia-se na presmissa de que, se o investimento não for implantado, essa renda não seria injetada na economia do município.

A receita líquida considerada por equivalente ao total da receita de vendas menos as despesas operacionais - compras, transporte, perdas despesas dos boxes, aluguel, estocagem e condomínio.

O quadro 52 sintetiza o cálculo da renda gerada.

QUADRO 52 - SÍNTESE DO CÁLCULO DA RENDA GERADA

CR\$ 10 ³ -Dez/84			
MERCADOS	RECEITA LÍQUIDA DOS PERMISSIONÁRIOS	15% DE IMPOSTOS	RENDA GERADA
LOBATO	64.753	9.713	55.040
SUSSUARANA	63.270	9.490	53.780
CAJAZEIRAS	73.184	10.978	62.206
TOTAL	201.207	30.181	171.026

- Valor Residual:

Considerou-se uma vida útil do equipamento de 25 anos, e o valor residual encontrado foi computado no ano seguinte ao término do horizonte do Projeto.

O quadro 53 apresenta os benefícios econômicos, por ano.

QUADRO 53 - BENEFÍCIOS ECONÔMICOS

CR\$ 10³-Dez/84

ANO	RENDA GERADA	VALOR RESIDUAL	TOTAL
0	-	-	-
1	1.887.192	-	1.887.192
2	2.052.312	-	2.052.312
3	2.052.312	-	2.052.312
4	2.052.312	-	2.052.312
5	2.052.312	-	2.052.312
6	2.052.312	-	2.052.312
7	2.052.312	-	2.052.312
8	2.052.312	-	2.052.312
9	2.052.312	-	2.052.312
10	2.052.312	-	2.052.312
11	2.052.312	-	2.052.312
12	2.052.312	-	2.052.312
13	2.052.312	-	2.052.312
14	2.052.312	-	2.052.312
15	2.052.312	-	2.052.312
16	-	2.336.990	2.336.990
TOTAL	30.619.560	2.336.990	32.956.550

12.2.2.4. Avaliação

- Valor Presente Líquido:

A uma taxa de atualização de 11%, o benefício econômico é igual a Cr\$ 16.704.598.860,00 e o custo igual a Cr\$ 7.999.086.230,00. Assim, o valor presente líquido apresenta um saldo positivo de Cr\$ 9.763.021.042,00, o que demonstra a atratividade do Projeto.

- Taxa Interna de Retorno:

A taxa interna de retorno econômica do Projeto, é de 42,32%, o que demonstra a viabilidade do Projeto, também através desse critério.

- Relação Benefício/Custo:

A relação benefício/custo, a uma taxa de atualização de 11%, é igual a 2,08.

- Análise de Sensibilidade:

Com uma penalização dos custos de 20%, representa uma relação B/C de 1,74.

12.2.3. Análise de Impactos

Na avaliação de impactos dos mercados novos também foram utilizados dos três indicadores:

- Aumento do valor da produção anual pela comercialização de bens e serviços;
- Aumento da renda anual pela geração de empregos;
- Aumento da receita do Setor Público pelo incremento na arrecadação de impostos e aluguel de box.
- Valor da Produção Anual pela Comercialização de Bens e Serviços:

Sobre a receita bruta de vendas, que é de Cr\$ 23.902.032.000,00, foi descontado o valor correspondente a receita líquida dos permissionários, e as receitas do Setor Público, pois, estes valores estão computados separados nos itens seguintes. Obtem-se, assim, um aumento na receita de vendas no valor de Cr\$ 20.476.508.520,00.

- Renda de Empregos Gerados durante a Implantação do Projeto:

Considerando-se que pelo menos 60% do total do custo com obras é dispendido com mão-de-obra, que 60% desse valor corresponde a mão-de-obra não qualificada enquadrada em faixas de salários inferior a 5 S.M., o que soma o valor de Cr\$ 1.780.578.400,00 portanto, 40% corresponde a salários em faixas superiores a 5 S.M. gerando uma renda de Cr\$ 1.187.052.200,00.

- Renda de Comerciantes/Feirantes:

A renda líquida dos feirantes atinge o total de
Cr\$ 2.414.484.000,00.

- Renda Gerada por Empregos Diretos após a Implantação do Projeto:

Como meta do Projeto propõe a geração de 1 emprego por box, o que resulta em um total de 270 novos, o que produzirá uma renda de Cr\$ 921.780.000,00. Além desses tem-se os novos empregos criados na área administrativa dos mercados, o que repercute no valor Cr\$ 1.121.529.300,00 totalizando um valor anual de 1.043.309.300,00, gerados por empregos diretos.

- Receitas do Setor Público:

Os impostos ISS e ICM incidentes sobre o valor de prestação de serviços e sobre circulação de mercadorias, respectivamente, gerando uma renda de Cr\$ 27.623.151,00.

Caberá ainda da receita da Prefeitura devido ao valor do aluguel de box que somará um total de Cr\$ 855.648.000,00.

Desta forma o Setor Público terá uma receita de Cr\$ 658.907.631,00 a partir da implantação dos mercados novos.

12.3. Conclusões

As avaliações econômico-financeiras demonstram, através todos os critérios de análise, que os Projeto - Mercados Atuais e Mercados Novos, apresentam viabilidade.

O Projeto Mercados Atuais analisado de forma prática, nota-se que, com relação à receita líquida dos permissionários, existe um resultado positivo, o que demonstra a capacidade de pagamento das taxas de condomínio e aluguel propostas. Outro indicador da viabilidade do empreendimento proposto, é a situação da PMS, que de verá passar de um déficit anual de Cr\$ 137.088.000,00 para um su perávit de Cr\$ 46.116.000,00.

O valor do aluguel do box proposto, é alto em relação ao que é pago atualmente pelos permissionários. Porém o valor cobrado atualmente é irrisório, e não reflete os preços cobrados nos mercados particulares, nem mesmo os preços dos equipamentos da CEASA. A título, ilustrativo, o Mercado das Sete Portas, particular, cobrava em junho de 1984, um aluguel mensal de Cr\$ 22.258,00/m², in cluindo despesas com limpeza, manutenção do mercado e luz (gastos considerados pelo Projeto como condomínio).

Sem incluir essas despesas, o valor do aluguel era de Cr\$ 17.315,00/m², bem superior ao proposto pelo Projeto para o mês de dezembro/84.

Além dessas considerações, é importante salientar o significado social, que extrapola a análise econômica, do Projeto. A proposi ção de recuperar equipamentos que passam por processo acelerado de deterioração, criando problemas para a população com referência ao abastecimento alimentar, e para os permissionários que têm tido suas rendas reduzidas progressivamente, já que com a degradação, os mercados perdem competitividade em relação a outros equipamentos concorrentes.

Quanto ao Projeto Novos Mercados, reveste-se de significativa im

portância, na medida em que serão implantados em áreas carentes de equipamentos com essas características.

Os mercados de Sussuarana e Cajazeiras estarão localizados na área do Miolo de Salvador, que deverá passar por um intenso processo de densificação até o ano 2.000, quando deverá ter uma população em torno de 1.500.000 habitantes. Portanto, sob o ponto de vista do planejamento da Cidade, é de fundamental importância a preocupação em suprir essa área de equipamentos de abastecimento alimentar. O mercado de Lobato, também assume importância significativa, se levarmos em conta a população do Subúrbio Ferroviário, também carente de equipamentos deste porte.

Outro aspecto a considerar, é a receita gerada pelo Projeto sob a forma de oferta de empregos e da dinamização atividade econômica, através do incremento do resultado líquido dos permissionários na base econômica, com suas implicações como aumento da receita dos impostos e efeito multiplicador do capital.

As taxas de aluguel estipuladas para os Novos Mercados, também apresentam valores compatíveis com a capacidade de pagamento dos permissionários e com as taxas verificadas nos mercados particulares da Cidade.

Os quadros 54 e 55, apresentam os resultados operacionais, por mercado, para os Projetos Mercados Atuais (na situação proposta) e Novos Mercados.

Nota-se que todos os mercados apresentam resultados líquidos positivos, o que demonstra que os permissionários têm condições de pagar as taxas estipuladas nesta avaliação.

Por outro lado, todos os critérios de análise econômica, indicaram a viabilidade dos Projetos ora apresentados.

QUADRO 54 - MERCADOS ATUAIS - RESULTADO OPERACIONAL POR MERCADO (BASE MENSAL) - SITUAÇÃO PROPOSTA

CR\$ 10³-Dez/84

MERCADOS	RECEITA DE VENDAS	DESPESAS OPERACIONAIS								RECEITA LÍQUIDA
		CONDOMÍNIO	ALUGUEL	DESP. COMPRAS	PERDAS	ESTOCAGEM	TRANSPORTE	DESPESAS DOS BOX*	TOTAL	
ITAPUÃ	71.027	1.865	2.139	20.721	315	-	207	252	25.499	45.528
POPULAR	678.483	3.079	11.469	326.769	18.526	3.168	3.268	1.809	368.088	310.395
S.MIGUEL	214.304	4.749	3.190	137.708	2.907	7.127	1.377	1.368	158.426	55.878
TOTAL	963.814	9.693	16.798	485.198	21.748	10.295	4.852	3.429	552.013	411.801

QUADRO 55 - MERCADOS NOVOS - RESULTADO OPERACIONAL POR MERCADO (BASE MENSAL)

CR\$ 10³-Dez/84

MERCADOS	RECEITA DE VENDAS	DESPESAS OPERACIONAIS								RECEITA LÍQUIDA
		DESP. COMPRAS	TRANSPORTE	PERDAS	DESP. DOS BOX*	ALUGUEL	ESTOCAGEM	CONDOMÍNIO	TOTAL	
LOBATO	711.785	562.116	5.621	39.779	810	26.393	6.982	5.331	647.032	64.753
SUSSUARANA	575.297	448.269	4.483	29.669	738	19.639	4.190	5.039	512.027	63.270
CAJAZEIRAS	704.754	550.638	5.506	38.394	882	25.216	5.586	5.348	631.570	73.184
TOTAL	1.991.836	1.561.023	15.610	107.842	2.430	71.248	16.758	15.718	1.790.629	201.207

* DESPESAS DOS BOXES: Inclui despesas com material de embalagem, limpeza, luz, etc.
 FONTES: Pesquisa CEDEC/SESP, Pesquisa realizada no Mercado Ogunjá e Ceasa.

13. ANEXOS

ANEXO 1

ROTEIRO BÁSICO PARA LEVANTAMENTO

1. DADOS COLETADOS

1.1. SOBRE ABASTECIMENTO ALIMENTAR

Fontes: CONDER/CEBRAP/CEPA/CEASA

1.2. SOBRE EQUIPAMENTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

- Comércio Atacadista
- Supermercados
- Feiras Livres
- Feiras Permanentes
- Varejistas (Mercerias, etc.)
- Mercados Públicos

Fontes: ASSOCIAÇÃO DE SUPERMERCADOS DA BAHIA

- CEASA/EBAL
- COBAL
- CADASTRO CIC
- JUNTA COMERCIAL
- PESQUISA DIRETA

1.3. POLÍTICA DE ABASTECIMENTO

Fontes: - CONDER PMD =
 - CEASA Plano do Governo João Durva!
 - EBAL
 - CEPA
 - SESP

1.4. MERCADOS PÚBLICOS

Fontes: - SESP
 Levantamento

1.5. EXPERIÊNCIA DE TRABALHOS JÁ REALIZADOS

- CEASA
- RECIFE

1.6. VISITAS E ENTREVISTAS NOS MERCADOS PARTICULARES

2. DETALHAMENTO DOS DADOS SOBRE OS MERCADOS

2.1. ASPECTOS FÍSICOS

2.1.1. LOCALIZAÇÃO

- Acesso - p/ caminhões de carga
 - p/ automóveis
 - p/ ônibus
- Caracterização da área onde se localiza - distâncias
- Espaço p/ Ampliação
- Espaço p/ Estacionamento - existente
 - possibilidade

2.1.2. ESTRUTURA FÍSICA

- Situação do Prédio - acabamento
 - segurança
 - cobertura
 - ventilação
 - iluminação
- Lay-out - adequação
 - possibilidades de mudanças
 - destinação do espaço interno
- Adequação da área de venda

2.1.3. ÁREAS COMUNS

- Circulação interna = pátio
- Carga/Descarga
- Administração
- Sanitários
- Armazenagem

2.1.4. DIVISÕES INTERNAS (BOXES)

- Nº, tamanho, situação física (equipamentos)
- Nº de Boxes desativados
- Nº de Boxes p/ permissionário (ÁREA)
- Nº de Boxes p/ Produtos
- Nº de Boxes que pode absorver

2.1.5. ARMAZENAGEM

- Área, Condições p/ Box e Gerais
- Frigorífico e/ou Outros Equipamentos - capacidade
- uso
- Condições de utilização - demanda atual

2.1.6. ADMINISTRAÇÃO

- Localização/Vale
- Equipamentos e Instalações
- Transporte (?)

2.1.7. OUTROS SERVIÇOS

- Telefone Público
- Box de Correio (?)
- Área p/ eventos
- Outros Serviços

2.2. ASPECTOS SÓCIO-ECONÔMICOS

2.2.1. Caracterização da área onde se situa o MERCADO =

- Atividade econômica-social predominante: vocação e tradição
- Área de influência: extensão
- Despesas c/ alimentos (PNAD)
- População = densidade e características sócio-econômicas

- Incremento demográfico (PLANDURB)
- Outros equipamentos Públicos e Comerciais: Supermercados, armazéns, feiras, barracos
- Movimentação de pessoas na área:

Características

- Caracterização do Mercado - Atividades predominantes
 - Diversificação
 - Valor comercializado

2.2.2. CONSUMIDORES

a) ATUAIS - Perfil da atual clientela:

- Idade/renda média/residência
- Frequência média/horário e dias
- Quantidade: média semanal

b) POTENCIAIS

- População em torno da área
- Residente ou no exercício de atividades
- Onde esta população se abastece e por que
- Motivação negativa em relação ao mercado

c) ATIVIDADES

- COMPRAS (do consumidor)- o que compra
 - qual a frequência
 - por que
 - volume (a retalho ?)
 - à vista/a prazo
- ALIMENTAÇÃO - tipo de refeição
 - motivação
 - frequência

d) LAZER (?)

- festa Típica
- Bebida
- motivação
- atividades de lazer em potencial

2.2.3. PERMISSIONÁRIOS

a) SITUAÇÃO LEGAL

- Firma Registrada
- Permissão da Prefeitura - data
 - cessão de outro per_{missionário}
- Pagamento da taxa a SESP- situação
 - motivos
 - locação

b) SITUAÇÃO DO NEGÓCIO

- Tendência das vendas - motivos
- Nº de itens (ramo)
- Nº de boxes que controla
- Produtos comercializados
- Receita mensal
- Despesas mensais (discriminadas)
- Idéias e atividades sobre mudanças:
 - no mercado
 - no negócio dele
- Apresentação, arrumação, localização do box.

c) SITUAÇÃO PESSOAL

- Idade
- Outras atividades que exerce

- Arrumação Física do "BOX"- prateleiras
 - balcões
 - disposição de produtos
 - fachada - letreiros
 - limpeza
 - apresentação visual
- Produtos procurados e nº vendidos
- Situação em relação à concorrência no local
- Equipamentos ou serviços à clientela - entrega
 - cesta
- Atividades outras que podem atrair clientes
- Aspectos Gerenciais - atendimento
 - controle de estoque
 - margem de lucro
 - controle financeiros
 - relac. c/ bancos
 - treinamento

2.3. ASPECTOS DA ADMINISTRAÇÃO DO MERCADO

- A - Administração do Mercado
 - Situação funcional do Administrador - e demais funcionários - salários e encargos
 - Atividades que exerce
 - Relacionamento c/ SESP, com permissionário e c/ Sindicato
 - Situação e controle de taxas/situação de endividamento
 - Controle de despesas/serviços oferecidos
 - Atividades, movimentação do Mercado
 - Manutenção
 - Higiene
 - Segurança
 - Horário de funcionamento
 - Participação e contribuição dos usuários nas atividades - reuniões - consultas

B - Receita e Despesa Operacional

- Despesas mensais discriminadas - da Prefeitura
- Despesas comuns - forma de participação
- Despesas extras
- Receitas - taxas p/ m² e p/ Box (aluguel) - outras
 - taxa de Administração p/ Box, p/ m²
 - outras fontes de receitas (publicidades a
atividades de lazer)

ANEXO 2

QUESTIONÁRIO

Mercado _____
Box nº _____
Atividade _____

I - Situação Legal

- Permissão da Prefeitura está em nome
 - 1. do próprio
 - 2. de outra pessoa
 - 2.1. paga aluguel? Valor
 - 2.2. paga taxa de licença
 - 2.3. porque não transferiu?
- Tem firma registrada? (CGC e Junta Comercial)

II - Dados Pessoais

1. Residência (Bairro)
2. Condições de vida:
 - Casa própria
 - Automóvel
 - Telefone
 - Geladeira
 - Televisor
3. Número de dependentes
 - Quantos trabalham?
4. Desde quando exerce essa atividade?
5. Tem outra atividade com fonte de renda?

III - Situação do Negócio

1. Número de boxes por unidade comercial

2. Horário e dias de funcionamento

3. Pessoas envolvidas:

3.1. Nº de sócios

3.2. Nº de empregados

- Parente sem remuneração fixa
- Parente com remuneração (especificar Valor)
- Não parente com remuneração (especificar Valor)
- tem carteira assinada

4. Vendas

4.1. Quais os principais produtos comercializados, quanto:

- Rentabilidade - O que ganha mais?
- Quantidade - O que vende mais?

4.2. Quais os produtos procurados e não comercializados?

- Razões de não disponibilidade:
 - . Não tem procura contínua
 - . Preço elevado
 - . Outros (especificar)

4.3. Tipo de Venda

- Varejo
- Venda por encomenda
- Atacado

4.4. Condições de pagamento

- À vista
- Caderneta ou fiado (quantificar nº de clientes ou percentual em relação a vendas)

4.5. Volume de vendas mensal (valor)

5. Clientela

5.1. Média diária

5.2. Procedência (bairros)

5.3. Volume médio de venda por pessoa (valor)

5.4. Tipo de clientela (classe, atividade, etc.)

5.5. Serviços prestados a clientela

- Entrega em casa
- Levar no carro
- Reservar produtos p/ clientes
- Encomendas
- Outros

6. Compras

6.1. Onde faz as compras?

- Por que neste local?

6.2. Frequência das compras

- Diariamente
- 2 a 3 vezes por semana
- Semanalmente
- Quinzenalmente

6.3. Valor de compras (valor)

Até 10.000

10.000 - 30.000

31.000 - 50.000

51.000 - 100.000

6.4. Condições de pagamento

- À vista
- A prazo
 - . Por ocasião da próxima compra
 - . Outro período (especificar)
 - . Cheque pré-datado

6.5. Fornecedor

- Fixo
- Variável - variação depende de: preço, prazo, pro
duto

6.6. Transporte utilizado

- Transporte do fornecedor
- Carro próprio
- Ônibus
- Carro fretado (valor e local de onde vem)
- Táxi
- Outros (especificar)

7. Armazenamento

7.1. Onde estoca os produtos

- Próprio box
 - . Área interna
 - . Área externa - junto ao box
 - em cima
- Outro local (especificar): custo
- Perde produtos por estrago?
 - . Quanto por semana? (em Cr\$)
 - . Por que?

8. Situação Financeira

- Despesas mensais de box: (especificar) - Luz
 - Pessoal
 - Transporte
 - Mat. de embalagem
- Apurado mensal (lucro líquido)

9. Sugestões para a melhoria do mercado.

ANEXO 3

DECRETO Nº 4.872, DE 26 DE DEZEMBRO DE 1975

D.O.E. 30.12.75

Regulamenta o sistema de preços públicos do Município de Salvador, aprova tabelas de cobrança e dá outras providências.

O PREFEITO MUNICIPAL DA CIDADE DO SALVADOR, CAPITAL DO ESTADO DA BAHIA, no uso de suas atribuições, de acordo com o disposto no inciso V, artigo 45 da Lei nº 2.313, de 07.06.71 e em conformidade com o disposto no artigo 426 da Lei nº 1.934, de 28.11.66, e tendo em vista a necessidade de regulamentar os artigos 316 a 322 do Código Tributário e de Rendas do Município.

D E C R E T A:

DISPOSIÇÃO PRELIMINAR

Art. 1º - O sistema de preços públicos no Município de Salvador compreende o uso das áreas de domínio público, dos seus bens patrimoniais e os serviços seguintes:

- I - Expediente;
- II - Mercados e Entrepósitos Públicos;
- III - Funerários e Cemitérios;

IV - Transporte Coletivo;

V - Diversos.

CAPÍTULO I

DE NORMAS GERAIS

SEÇÃO I

DA FIXAÇÃO DO PREÇO E CRITÉRIOS DE APLICAÇÃO

Art. 2º - A fixação do preço público relativo aos serviços prestados pelo Município e ao uso dos bens de do múnio público e patrimoniais terá como base, respectivamente, o custo unitário do serviço e o valor do bem imóvel utilizado.

Art. 3º - Quando não for possível a obtenção do custo unitário, para a fixação do preço, será considerado:

- I - o custo total de serviço, verificado no último exercício;
- II - a flutuação nos preços de aquisição dos fatores de produção de serviço;
- III - o volume do serviço prestado ou a prestar.

§ 1º - O custo total compreenderá o custo de produção, manutenção e administração do serviço, bem assim as reservas para recuperação do equipamento e expansão do serviço.

§ 2º - O volume do serviço será apurado, conforme o caso, pelo número de utilidades produzidas ou fornecidas, ou pela média dos usuários atendidos e outros elementos pelos quais se possa apurá-lo.

Art. 4º - Quando o Município não tiver o mo-

nopólio de prestação do serviço, o preço poderá ser fixado, com base nos preços do mercado.

Art. 5º - O preço para uso de bem imóvel será apurado mediante avaliação administrativa, não podendo o seu valor ser inferior ao apurado para fins de fixação do valor venal da propriedade, predial e territorial urbana.

Parágrafo Único - Sempre que ocorrer modificação nos valores unitários padrões para fixação do valor venal da propriedade, o preço público será reajustado com base na avaliação atualizada do imóvel.

Art. 6º - O preço do serviço para uso de bem imóvel utilizado será reajustado em qualquer época sempre que se verificar sua não correspondência respectivamente com o custo do serviço ou o valor do imóvel.

§ 1º - O reajustamento dos preços públicos se rá proposto por uma comissão técnica e aprovado por decreto.

§ 2º - A comissão a que se refere o parágrafo anterior será nomeada pelo Prefeito, sendo o Secretário de Ad ministração e Serviços Públicos o seu presidente nato.

Art. 7º - Os preços públicos serão fixados mediante tabelas aprovadas por decreto, com base nos critérios se guintes:

- I - aplicação de alíquota sobre o valor Fiscal Padrão;
- II - aplicação de alíquota sobre a avaliação do bem imóvel;
- III - em moeda corrente.

SEÇÃO II

DO PAGAMENTO

Art. 8º - Far-se-á o pagamento do preço público contra a prestação do serviço ou pelo uso de bem público e patrimonial, mediante preenchimento de formulário padrão, em três vias, que terão a destinação seguinte:

- 1ª via - para o interessado;
- 2ª via - para a tesouraria;
- 3ª via - para o órgão de controle do preço.

Art. 9º - O pagamento do preço poderá ser efetuado na rede bancária autorizada a proceder à arrecadação de tributos e rendas municipais.

Art. 10 - O processamento e controle de arrecadação dos preços públicos deverão ser exercidos pelos órgãos responsáveis pela prestação dos serviços ou fiscalização do uso dos bens públicos, segundo normas estabelecidas pelo Secretário do Município, dentro da respectiva área de competência.

Parágrafo Único - Os órgãos responsáveis de que trata o artigo, ficam obrigados a remeter, mensalmente, até o dia cinco (5) do mês subsequente, demonstrativo de arrecadação à Divisão de Controle de Arrecadação da Secretaria de Finanças.

SEÇÃO III

DAS INFORMAÇÕES E PENALIDADES

Art. 11 - O não pagamento dos débitos resultante de utilidades fornecidas, de prestação de serviço ou do u-

so de bens, públicos e em razão de exploração de serviços municipais, apresentará as medidas seguintes:

- I - corte no funcionamento do serviço;
- II - suspensão do uso do bem imóvel;
- III - cassação ou suspensão da concessão ou permissão de exploração do serviço público.

Art. 12 - O não recolhimento do preço público, dentro dos prazos estipulados em ato administrativo, implicará no acréscimo de multa de mora de 10% por prazo de 180 dias ou fração, juros e correção monetária.

CAPÍTULO II

NORMAS ESPECIAIS

SEÇÃO I

DOS SERVIÇOS DE EXPEDIENTE

Art. 13 - O preço público pela prestação do serviço de expediente é devido pela apresentação de petições, memoriais e documentos de qualquer natureza que dependam de despacho, e demais atos administrativos, emanados do poder público municipal.

Art. 14 - O preço público é devido pelo peticionário ou por quem tiver interesse direto no ato do governo e será calculado de acordo com tabela aprovada por decreto.

Art. 15 - Ficam dispensados do pagamento:

- I - requerimento e certidões para fins militares e eleitorais;

II - documentos originários da própria Prefeitura;

III - requerimentos e certidões de servidores municipais, relativos a sua vida funcional, e de seus dependentes.

Art. 16 - Os documentos, requerimentos e demais papéis somente serão recebidos, autuados e instruídos após o pagamento do preço público.

SEÇÃO II

DOS SERVIÇOS DE MERCADOS PÚBLICOS

Art. 17 - O preço público pela exploração dos mercados públicos municipais é devido pelo uso de suas áreas, sob o regime de concessão ou permissão, e será fixado em tabela aprovada por decreto.

Art. 18 - O preço cobrado em relação à exploração de áreas nos mercados públicos obedece às variações percentuais seguintes:

I	- Centro Artesanal - Mercado Modelo	100%
II	- Mercado de São Miguel	95%
III	- Mercado 1º de Maio	90%
IV	- Mercado de Água de Meninos	70%
V	- Mercado da Mariquita	60%
VI	- Mercado de Itapuã e Japão	50%

Art. 19 - É proibido, no contrato de concessão e termo de permissão para exploração dos mercados públicos, o uso de cláusula que:

- I - estabeleça preço diferente do fixado na respectiva tabela de preços;
- II - permita locação de áreas interna ou externa.

Parágrafo Único - A infração dos incisos deste artigo da causa a rescisão do contrato de concessão ou cassação do termo da permissão de uso, independente da aplicação de penalidades previstas na Lei nº 474/54.

Art. 20 - Os concessionários de uso de mercados públicos são os responsáveis pelo pagamento de taxas e preços de serviços públicos, tais como: limpeza pública, segurança, iluminação, energia elétrica, telefone e das despesas de conservação e vigilância interna dos mercados.

Parágrafo Único - Quando o pagamento de taxas, preços públicos e despesas, referidas no artigo, ficarem ao encargo do Administrador sua cobrança ao concessionário ou permissionário será efetuada mensalmente mediante recibo.

SEÇÃO III

DO USO DE BENS PÚBLICOS E MUNICIPAIS

Art. 21 - O preço público é devido pelo uso dos bens públicos municipais e recai sobre a ocupação:

- I - de bem de domínio público;
- II - de bem de uso dominial.

§ 1º - São bens do domínio público as ruas, avenidas, estradas, caminhos e demais logradouros públicos.

§ 2º - São bens de uso do dominial os prédios e terrenos não destinados aos serviços públicos municipais.

Art. 22 - O preço público para uso dos bens municipais será calculado em conformidade de tabela aprovada por decreto.

Art. 23 - Fica dispensado do pagamento do preço público:

- I - o uso de placas indicativas de trânsito, de nome de logradouro e para fins turísticos;
- II - canalização no subsolo.

SEÇÃO IV

DA UTILIZAÇÃO DE BENS PATRIMONIAIS

Art. 24 - O preço público pela utilização de bens patrimoniais será cobrado de acordo com tabela aprovada por decreto.

Art. 25 - A base de cálculo para a cobrança do preço público pela utilização de bens públicos será apurado mediante avaliação do imóvel não podendo o seu valor ser inferior ao apurado para fins de lançamento do imposto sobre a propriedade predial e territorial urbana.

Parágrafo Único - Proceder-se-á reavaliação do preço no caso de não cumprimento do previsto neste artigo.

Art. 26 - Os bens imóveis do Município, se não utilizados, poderão ser objeto de concessão ou permissão de uso, mediante contrato ou termo, observada a legislação vigente.

Art. 27 - No ato da renovação do contrato da concessão ou termo de permissão de uso é obrigatória a apresentação do comprovante de pagamento do imposto sobre a propriedade predial e territorial urbana, relativo ao imóvel objeto do contrato ou termo.

Parágrafo Único - No instrumento de renovação deverá constar o número de inscrição do imóvel no cadastro imobiliário do Município.

Art. 28 - A qualquer tempo, resolver-se-á a permissão de uso, se assim o exigir o interesse público, cientificando-se o permissionário para, no prazo de noventa (90) dias, desocupar o imóvel, independente de notificação judicial.

Art. 29 - Os concessionários e permissionários de uso de bens públicos municipais são responsáveis pelos encargos tributários que incidam ou venham a incidir sobre o bem imóvel.

Art. 30 - Os contratos de concessão de uso terão o prazo máximo de cinco (5) anos, subordinando-se a sua renovação às disposições deste capítulo e da Lei nº 2.134/69.

Parágrafo Único - O preço fixado nos contratos ou termos será reajustado, mediante avaliação administrativa, sempre que ocorrer alteração nos valores unitários padrão, para lançamento do imposto sobre a propriedade predial e territorial urbana.

Art. 31 - A mora ao pagamento das obrigações resultantes do uso das instalações e/ou bens públicos importa na suspensão do uso.

Art. 32 - Devem entender-se como de concessão ou de permissão de uso os contratos e termos que se refiram a arrendamento ou locação.

Art. 33 - Quando ocorrer caso de revigoração de aforamento, previsto no § 1º art. 103 do Decreto Lei nº 9.760/46, o laudêmio será fixado em dez por cento (10%).

Art. 34 - Aplica-se no que couber aos bens municipais, toda a legislação federal que dispõe ou vier a dispor sobre bens da União.

SEÇÃO V

DOS SERVIÇOS DE TRANSPORTE COLETIVO

Art. 35 - O preço público pela exploração dos serviços de transporte coletivo é devido pelas empresas concessionárias e permissionárias de prestação do serviço e será cobrado de acordo com tabela aprovada por decreto.

Parágrafo Único - Compreende-se como serviço público de transporte coletivo o transporte de passageiros através de ônibus, lotação, micro-ônibus e congêneres, dentro no território do Município.

Art. 36 - O preço pela exploração do serviço, concedido ou permitido, será cobrado com base em oitenta por cento (80%) da frota de veículos de cada empresa, matriculada no órgão competente do Município.

Art. 37 - A mora no pagamento do preço públi

co importará na aplicação das sanções previstas na Lei Municipal nº 474/54, inclusive suspensão das atividades da empresa inadimplente, sem prejuízo da inscrição do débito em dívida ativa.

Art. 38 - A fiscalização da cobrança do preço público pela exploração de transporte coletivo abrange:

- I - controle do pagamento do preço público;
- II - cadastro das empresas e respectivos veículos.

SEÇÃO VI

DOS SERVIÇOS FUNERÁRIOS E CEMITÉRIOS

Art. 39 - O preço público pela prestação de serviços funerários e pela utilização dos cemitérios públicos se rá cobrado de acordo com tabela aprovada por decreto.

Parágrafo Único - A tabela de preços aprovada deverá ser fixada em local visível, nos cemitérios públicos, e de acesso ao público.

SEÇÃO VII

DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DIVERSOS

Art. 40 - O preço público pela prestação de serviços diversos é devido sempre que o interessado solicite do serviço público a prestação de qualquer serviço que possa ser executado por empresas privada ou profissional autônomo.

Art. 41 - O pagamento do preço procederá ao ato da prestação do serviço.

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 42 - Aplicam-se aos preços públicos, no tocante ao lançamento, processo fiscal e cobrança da dívida ativa as disposições do Código Tributário e de Rendas do Município.

Art. 43 - Ficam aprovadas as tabelas de números 2.01 e 2.07 anexo ao presente decreto e que passam a vigorar a partir da data da publicação deste decreto.

Art. 44 - O presente decreto entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

GABINETE DO PREFEITO MUNICIPAL DA CIDADE DO SALVADOR
em 26 de dezembro de 1975

— JORGE HAGE SOBRINHO
Prefeito

PAULO SEGUNDO DA COSTA
Secretário de Urbanismo e
Obras Públicas

EDUARDO DE FREITAS FILHO
Secretário de Administração
e Serviços Públicos

CÉLIA MARIA CORDEIRO NOGUEIRA
Secretária Municipal de Educação e Cultura

EDUARDO JOSÉ BATISTA DO NASCIMENTO
Secretário de Finanças

RENATO MORAES MOURA COSTA
Secretário Municipal de Saúde e Assistência Social

OCTACÍLIO DA SILVA FONSECA
Secretário Extraordinário de Informações e Divulgação

TABELA Nº 2.01

PREÇOS DOS SERVIÇOS DE EXPEDIENTE

(continua)

CÓD	DISCRIMINAÇÃO	%	% SOBRE UFP
01	Requerimentos e papéis de qualquer natureza, entrados na Prefeitura		5
02	Expedição de Alvará de licença:		
	1 - de localização e funcionamento		10
	2 - para exercício de atividade em logradouro público		5
	3 - para execução de obras ou urbanização de áreas particulares		10
	4 - especial		5
03	Alteração de alvará de licença de qualquer natureza		2
04	Inscrição no Cadastro Fiscal, ou sua alteração		2
05	Baixa de inscrição no Cadastro Fiscal		5
06	Inscrição ou baixa no Cadastro Imobiliário .		5
07	Alteração de inscrição do Cadastro Imobiliário		3
08	Certidão:		
	1 - de elementos técnicos para fins de execução de obra ou urbanização		50
	2 - de qualquer natureza, por lauda ou fração		10
	NOTA: Além dos preços constantes das alíneas 1.2. por ano de busca		2

(conclusão)

CÓD	DISCRIMINAÇÃO	%	% SOBRE UFP
09	Atestado:		
	1 - de uma lauda ou fração		5
	2 - sobre o que exceder de uma lauda, por lauda ou fração		2
10	Alvarã de conclusão de obra (Habite-se) por metro quadrado de área construída		0,2
11	Isenção:		
	1 - de imposto sobre a propriedade pre- dial e territorial urbana, sobre o valor venal do imóvel	1	
	2 - de outros impostos, sobre o valor a- nual do imposto	50	
12	Lavratura de contrato com o Município:		
	1 - de concessão de serviço público, por lauda ou fração		10
	2 - de locação, sobre o valor do contrato.	0,5	
	3 - de empreitada para execução da obra pública sobre o valor do contrato ..	0,5	
	4 - outras, por lauda ou fração		5
13	Lavratura de Termo:		
	1 - de permissão de uso de área do domí- nio público		3
	2 - de permissão de serviço público		5
14	Lavratura de aditivo:		
	1 - a contrato		5
	2 - a termo		2,5
15	Expedição de 2ª ou 3ª vias de "carnet" rela- tivo a tributo		10

TABELA Nº 2.02

PREÇOS DOS SERVIÇOS DE MERCADOS PÚBLICOS

COD	DISCRIMINAÇÃO	%	% SOBRE UFP
01	Áreas internas ocupadas com instalações comerciais, de prestação de serviços ou negócios de qualquer natureza, inclusive depósitos fechados: por metro quadrado e por mês; cumulativamente: 1 - até 6m² 5 2 - de mais de 6m² até 12m² 4 3 - de mais de 12m² até 20m² 3 4 - de mais de 20m² até 50m² 2 5 - de mais de 50m² 1,50		
02	Áreas externas com frente para o logradouro, ocupadas instalações comerciais, prestação de serviços ou negócio de qualquer natureza, inclusive depósitos ou áreas fechadas, por metro quadrado e por mês, cumulativamente: 1 - até 30m² 8 2 - de mais de 30 até 80m² 4 3 - de mais de 80m² 2		
03	Transferência a qualquer título, de área de um negociante de usuário para outro, por vez e sobre o valor venal do metro quadrado da área, com base nos valores unitários padrões para avaliação de propriedade imobiliária: 1 - área interna 60 2 - área externa 70		

TABELA Nº 2.03

PREÇOS PELO USO DE BENS DO DOMÍNIO PÚBLICO

CÓD	ESPECIFICAÇÕES	% SOBRE A UFP
01	Ocupação de área com instalações provisórias de balcões, bancos, mesas, depósito de materiais, depósito fechado, barracão, bomba de gasolina e semelhante:	
	1 - por dia e por m ² ou fração de área utilizada	0,2
	2 - por mês e por m ² ou fração de área utilizada	3,8
	3 - por ano e por m ² ou fração de área utilizada	30
02	Ocupação de área com materiais de construção em locais permitidos:	
	1 - por dia e por m ² ou fração de área utilizada	0,2
	2 - por mês e por m ² ou fração de área utilizada	3
	3 - por ano e por m ² ou fração de área utilizada	30
03	Estacionamento de vendedores ou profissionais autônomos em locais permitidos:	
	1 - por dia	0,1
	2 - por mês	0,5
	3 - por ano	10
04	Ocupação de área durante festejos populares:	
	1 - com balcão ou mesa de comida ou de refrigerantes; por unidade e por festa .	5
	2 - com barraca de comida; por festa	10
	3 - com barraca de comida com venda de bebidas; por festa	30
	4 - com barraca de refrigerantes, caldo de cana, etc.; por festa	10
	5 - com barraca para venda exclusivamente de bebidas alcóolicas	50

ANEXO 5

RELAÇÃO NOMINAL DE INSCRIÇÕES NA URBIS DE CANDIDATOS À PERMISSÃO PARA ATIVIDADES COMERCIAIS E DE SERVIÇO (1980 à 1982)

(continua)

N O M E	ATIVIDADE	ENDEREÇO
Carlos José Sande	mat.const.	Rua D, 33 - CPC - 1ª etapa
Constril Mat. Const. Ltda	mat.const.	Rua Lourival Diniz, 02 - Sete de Abril
Célia Lis Pires M. Machado	churrascaria	Caj. V - Q. 7 - Cam. 4 nº 17
Manoel Andrade Nunes	mercadinho	Rua A, 448 - CPC - 3ª - Vila Canária
Gilberto José Couto	mercearia	Rua Direita do Ipiranga, Q.A - 10 te 8
José Canuto Lima Moreira	mat.const.	R.Santa Rita, 132 E - Pau da Lima
Valparaíso de Oliveira Felix	abat.aves	R.Campinas de Brotas, 50
Maria do Carmo da Costa	lanchonete	R. 34 nº 17 - CPC - 3ª etapa
Heradito Mota Tanajura	bar	R.Cônego Pereira, 38
Maria de Lourdes Santos	mercadinho	Caj. IV - Rua G-51
Sílvio Cardoso da Conceição	abatedouro	R.do Cêu, 30 - Bx. do Bonfim
Cosme Araújo Azevedo	farmácia	Caj. IV - bl. 01/102 -
Luiz Freire da Silva Neto	farmácia	Direita do Uruguai, 70
Dilson Queiroz Mota	mercadinho	-
Francisco de Assis de Souza	mercearia	Lima Teixeira, 34 c/01 - Cosme de Farias
Marino Nivaldo Gomes	mat.const.	01 de Dezembro, 06 - Cidade Nova
Lafayette Pereira de Melo	mat.const.	Trav. 7, Q.2 - nº 11 - STIEP
Manoel Alves Siqueira	mat.const.	R.dos Franciscanos, 15 A - Castelo Branco
Aristóteles Oliveira Penna	mat.const.	R.A, 151 - CPC - 2ª etapa
Antonio Vargas Pinto Oliveira	mat.const.	R.Banco dos Ingleses, Ed. Mansão do Jardim/1203
Gervásio Ferreira da Silva	abatedouro	R.48 nº 02 - CPC - 3ª etapa
Maria Luiza Santos Bottazzi	mat.const.	R.39 nº 09 - CPC - 3ª etapa
Rosalvo Silva Borges	ofic.mecân.	R.24 nº 08 - CPC - 1ª etapa
Roque José de Souza	panificadora	-
Roberto Benedito Santos Correia	panificadora	Caj. IV - bl.05 - aptº 003
Neide dos Santos Guedes	lanchonete	Caj. IV - bl.04/001
Dinorá Ribeiro dos Santos	abatedouro	Caj. IV - Q.3 - Cam.14 nº 13

(continua)

N O M E	ATIVIDADE	ENDEREÇO
Maria da Paz Souza Fernandes	armarinho	b1.06/002 - Caj. V
Tereza da Silva Santos	armarinho	b1.07/304 - Caj. IV
Zuleide Aureliana dos Santos	armarinho	Q.3 - Cam.02 - nº 03
Otaviano Leopoldino dos Santos	armarinho	Q.3 - Coletora nº 104 - Caj. IV
Helenita Santos Silva	armar/conf.	R.3 E - nº 7 - CPC - 3ª etapa
João Evangelista de O. Pereira	-	Pq. San Martin, 341, loja 1
Osvaldo Santiago Brito	-	Freitas Henrique de Cima, nº 07
Luís Reis Varjão	-	R.da Jaqueira, 78-E, Curuzu
Cosme Dias dos Santos	-	R.11, 06 - CPC - 3ª etapa
Lázaro Bispo Miller	depôs./mat.	R.41 nº 8 - CPC
Everaldo Ferreira de Jesus	-	Q.01 - Cam. 03, nº 22 Caj. IV
Luiz Alves Santa Rita	frutas/verd.	Q.06 - Cam. 09, nº 11
Maria da Conceição Nunes Andrade	-	R.A, 370 - CPC - 3ª etapa
Jorge Onofre Bahia	miudezas	Caj. IV, b1.08/002
José Catarino Sales de Almeida	miudezas	R.6 nº 7 - CPC - 3ª etapa
Balbino Aleluia L. do Nascimento	-	Freitas Henrique de Baixo, 72 - Quintas
Maria Angélica dos Santos	gêner.alim.	Caj. V, b1.001/001
Elizeu de Souza Andrade	frutas/verd.	Queiroz Monteiro, 122 - Mata de São João
Adalício Aurelino Reis	frutas/verd.	Coletora, 52 - Q.03 - Caj. IV
Manoel Andrade Nunes	frutas/verd.	R.A, 448 - CPC - 3ª etapa, C.Nova
Jair Couto Guimarães	quitanda	R.02 Fev. Trav.Manoel Lobo
Perivaldo Silva Pinheiro	frutas/verd.	R.06, 14 - CPC - 2ª etapa
Antonio Alves de Santana	armarinho	Q.02, Cam. 01 nº 15 - Caj. IV
Célio Lisboa	mercearia	Q.07, Cam. 04 nº 49 - Caj. V
Estevam de Souza Santana	-	Q.07, Cam. 02 nº 18 - Caj. V
José Gonçalves do Nascimento	lanchonete	Caj. IV, b1. 4/103
Heribaldo Almeida e Silva	bar/restaur.	R.Teixeira de Barros, 42/001
Aurelimilson Conceição Teixeira	restaurante	R.38/13 - CPC - 3ª etapa
Maria Augusta Teixeira Santos	bar	Caj. V - b1.02/304
Jorge de Jesus Menezes	mercadinho	R.São Marcos, 50-B - P. da Lima
Antonio José de Cerqueira	mercadinho	Q.4, b1.02, aptº 101 - Caj. 4
Wilma Barbosa Souza	armarinho	Q.1, Cam.02 nº 09
Antonio Jorge de Souza Franco	matadouro	Q.5, Cam.36 - Caj. IV

(conclusão)

N O M E	ATIVIDADE	ENDEREÇO
Risodete de Santana	mercadinho	Q.07, Cam.07 nº 03 - Caj. V
Antonio de Freitas Medina	bar	R.10 nº 16 - CPC - 2ª etapa
José Carlos Chaves de Oliveira	-	R.18 nº 04 - CPC - 3ª etapa
Afrício Lisboa Marques Filho	abatedouro	Pq.São Braz, Conj. 5 bl.B/202
Zenaide Maria Silva	abatedouro	Caj. V, bl.01 - 201
Landulfo Almeida da Silva	açougue	-
Adailton de Oliveira Pereira	confeções	R.7 nº 28 - CPC - 1ª etapa
Lourival da Conceição Ramos	armarinho	Melo Moraes Filho, 414 - F.Gde. do Retiro
Mãe da Natividade Lopes Silva	-	Q.7, Cam.01 nº 11 - Caj. V
Francisco Marcelino de Carvalho	mercearia	bl.01/001 - Caj. IV
Carlos Lima da Silva	-	-
Hélio Alves dos Santos	-	R.do Calafate, 13 - San Martin
Josemy Castro de Oliveira	-	Pero Vaz, 81 - 1ª and. Liberdade
José Dantas de Oliveira	mercearia	Q.7, Cam.8 nº 02 - Caj. V
Marinalva Sacramento Pereira	armarinho	R.dos Ossos, 52 - Stº Antônio
Perivaldo Silva Pinheiro	frutas/verd.	R.06, 14 - CPC - 2ª etapa
Raimundo Cerqueira da Silva	frutas/verd.	R.36, 14 - CPC - 3ª etapa
Teógenes Pedroso Bandeira	hort.granj.	Luiz Anselmo, 151
Pompílio Santiago Filho	frutas/verd.	R.A, 286 - CPC - 3ª etapa
Aurora Silva	armarinho	Q.1, Cam.05 nº 02 - Caj. IV
João Sebastião dos Santos	lanchonete	Cam.07, 31 - Caj. V
Esaú Batista Lima	-	Q.7, Cam.7, 25 - Caj. V
Mário Alberto Guimarães	-	Q.3, bl.7/202 - Caj. IV
Itelvita Rocha Costa	frutas/verd.	Rodovia A-17-E - B.Vista de São Caetano
Manoel de Jesus Rodrigues	frutas/verd.	-

ANEXO 6

QUADRO 1
MERCADO OGUNJÃ
PERMISSIONÁRIOS EM EXERCÍCIO POR ATIVIDADE

ATIVIDADES	OGUNJÃ	
	UNIVERSO	AMOSTRA
HORTIFRUTIGRANJEIROS	60	7
FOLHAGENS	10	2
CARNES	8	2
OVOS/AVES	4	1
PESCADO	3	1
CEREAIS/ESTIVAS	8	2
DOCES/LATICÍNIOS	4	1
LANCHONETE	4	2
SERVIÇOS NÃO ALIMENTARES	5	1
SERVIÇOS POPULARES	5	1
T O T A L	111	20

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sócio-Econômico, Novembro - 84.

QUADRO 2
MERCADO OGUNJÃ
TEMPO DE EXERCÍCIO NA ATIVIDADE POR PERMISSIONÁRIO

ANOS	OGUNJÃ		OUTRO EQUIPAMENTO	
	QUANTIDADE	%	QUANTIDADE	%
0 A 2	5	25	1	8
2 A 5	15	75	-	-
5 A 10	-	-	6	50
MAIS DE 10	-	-	5	42
T O T A L	20	100	12	100

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sôcio-Econômico, Novembro - 84.

QUADRO 3

MERCADO OGUNJÃ

FONTE DE RENDA DOS PERMISSIONÁRIOS
(EXERCE OUTRA ATIVIDADE COMO FONTE DE RENDA)~

OUTRA FONTE DE RENDA	OGUNJÃ	
	QUANTIDADE	%
SIM	5	25
NÃO	15	75
T O T A L	20	100

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sôcio-Econômico, Novembro-84

QUADRO 4

MERCADO OGUNJÃ

NÚMERO DE DEPENDENTES POR PERMISSIONÁRIO

Nº DE DEPENDENTES	OGUNJÃ	
	QUANTIDADE	%
NENHUM	2	10
ATÉ 3	6	30
DE 4 A 6	8	40
DE 7 A 10	1	5
MAIS DE 10	3	15
T O T A L	20	100

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sôcio-Econômico, Novembro-84

QUADRO 5
MERCADO OGUNJÃ
TIPO DE VENDA POR PERMISSIONÁRIO

TIPO DE VENDA	QUANTIDADE	%
VAREJO	13	65
VENDA P/ ENCOMENDA	-	-
ATACADO	-	-
VAREJO/ATACADO	2	10
VAREJO/POR ENCOMENDA	2	10
VAREJO/ENCOMENDA/ATACADO	3	15
T O T A L	20	100

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sôcio-Econômico, Novembro - 84.

QUADRO 6
MERCADO OGUNJÃ
SITUAÇÃO ECONÔMICA DOS PERMISSIONÁRIOS

BENS QUE POSSUEM	OGUNJÃ	
	QUANTIDADE	%
CASA PRÓPRIA	16	80
AUTOMÓVEL	11	55
TELEFONE	8	40
GELADEIRA	20	100
TELEVISOR	20	100
T O T A L	20	100

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sôcio-Econômico, Novembro - 84.

QUADRO 7
MERCADO OGUNJÁ
PESSOAL QUE TRABALHA POR PERMISSIONÁRIOS COM OU SEM REMUNERAÇÃO

Nº DE PESSOAS	QUANTIDADE DE PERMISSIONÁRIOS	QUANTIDADE DE PESSOAL TRABALHANDO		
		C/REMUNERAÇÃO	S/REMUNERAÇÃO	TOTAL
1 PESSOA	3	1	2	3
2 PESSOAS	9	18	-	18
3 PESSOAS	2	6	-	6
5 PESSOAS	1	5	-	5
NÃO TEM	5	-	-	5
T O T A L	20	30	2	-

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sôcio-Econômico, Novembro - 84.

QUADRO 8
MERCADO OGUNJÃ
CLASSE DE RENDA DA CLIENTELA

FAIXAS DE RENDA	OGUNJÃ	
	QUANTIDADE	%
BAIXA RENDA	3	15
MÉDIA	8	40
BAIXA E MÉDIA	6	30
BAIXA, MÉDIA E ALTA	2	10
MÉDIA E ALTA	1	5
T O T A L	20	100

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sócio-Econômico, Novembro-84.

QUADRO 9

MERCADO OGUNJÃ

MÉDIA DIÁRIA DE CLIENTES POR ATIVIDADE

ATIVIDADES	MÉDIA P/RAMO
. HORTIFRUTIGRANJEIROS	54
. FOLHAGENS	43
. CARNES	18
. OVOS/AVES	30
. PESCADO	20
. CEREAIS/ESTIVAS	19
. DOCES/LATICÍNIOS	45
. LANCHONETE	100
. SERVIÇOS POPULARES	5
. SERVIÇOS N/ALIMENT.	20
T O T A L	354
MÉDIA/MERCADO	35,4

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sócio-Econômico, Novembro - 84.

QUADRO 10

MERCADO OGUNJÃ VENDA MÈDIA DIÀRIA POR CLIENTE

Em Cr\$ 1.000,00

ATIVIDADES	VENDA MÈDIA POR CLIENTE
. HORTIFRUTIGRANJEÍROS	6,6
. FOLHAGEM	4,0
. CARNES	9,0
. OVOS/AVES	7,0
. PESCADO	6,8
. CEREAIS/ESTIVAS	5,0
. DOCES/LATICÍNIOS	3,8
. LANCHONETE	2,0
. SERVIÇOS N/ALIMENTARES	7,5
. SERVIÇOS POPULARES	3,0
T O T A L	54,70
MÈDIA/MERCADO	5,47

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sôcio-Econômico, Novembro - 84.

QUADRO 11

MERCADO OGUNJÃ COMPRAS - FONTE

LOCAL	OGUNJÃ	
	QUANTIDADE	%
DISTRIBUIDOR	11	55
CEASA	5	25
FEIRA	4	20
T O T A L	20	100

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sôcio-Econômico, Novembro - 84.

QUADRO 12

MERCADO OGUNJÃ

FREQUÊNCIA DAS COMPRAS POR PERMISSIONÁRIO

PERÍODOS	OGUNJÃ	
	QUANTIDADE	%
. DIARIAMENTE	5	25
. 2 A 3 VEZES POR SEMANA	9	45
. SEMANALMENTE	1	5
. QUINZENALMENTE	1	5
. MENSALMENTE	1	5
. DIARIAMENTE/MENSALMENTE	1	5
. 2 A 3 VEZES P/SEMANA/SEMANALMENTE	1	5
. DIARIAMENTE/SEMANALMENTE	1	5
T O T A L	20	100

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sócio-Econômico, Novembro - 84.

QUADRO 13
MÉDIA MENSAL DE COMPRAS POR PERMISSIONÁRIO NO OGUNJÁ

ATIVIDADES	OGUNJÁ
Hortifrutigranjeiros	6.314,0
Folhagens	2.500,0
Carnes	2.792,0
Ovos/Aves	4.100,0
Pescado	1.980,0
Cereais/Estivas	1.850,0
Doces/laticínios	3.350,0
Lanchonete	1.600,0
Serviços não alimentares	1.800,0
Serviços populares	200,0
<u>TOTAL</u>	<u>26.486,0</u>
<u>MÉDIA NO MERCADO</u>	<u>2.648,60</u>

FONTE: Pesquisa realizada SEPLAM - Sócio-Econômico, Novembro-84

QUADRO 14

MERCADO OGUNJÃ

CONDIÇÕES DE PAGAMENTO DAS COMPRAS POR PERMISSIONÁRIO

PERÍODOS	OGUNJÃ	
	QUANTIDADE	%
À VISTA	12	60
À PRAZO	3	15
- SEMANAL	3	15
- QUINZENAL	3	15
- À VISTA E SEMANALMENTE	2	10
T O T A L	20	100

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sócio-Econômico, Novembro - 84.

QUADRO 15

MERCADO OGUNJÃ

TRANSPORTE UTILIZADO PELOS PERMISSIONÁRIOS

TRANSPORTES	OGUNJÃ			
	QUANTIDADE	%	CUSTO MENSAL	MEDIA DO CUSTO MENSAL
. DO FORNECEDOR	4	20	-	-
. CARRO PRÓPRIO	1	35	-	-
. ÔNIBUS	-	-	-	-
. CARRO FRETADO	5	25	1.020	204
. TÁXI	2	10	180	90
. CARRO PRÓPRIO OU FRETADO	1	5	40	40
. ÔNIBUS OU TÁXI	1	5	40	40
T O T A L	20	100	1.280	-

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sôcio-Econômico, Novembro - 84.

16

QUADRO 16
MERCADO OGUNJÃ
MÉDIA MENSAL DE VENDAS POR PERMISSIONÁRIO

Em Cr\$ 1.000,00	
ATIVIDADES	MÉDIA P/ATIVIDADE
Hortifrutigranjeiro	7.840,8
Folhagem	3.784,0
Carnes	3.564,0
Ovos/Aves	4.620,0
Pescado	2.992,0
Cereais/Estivas	2.090,0
Doces/laticínios	3.762,0
Lanchonete	4.400,0
Serviços não alimentares	3.300,0
Serviços populares	330,0
<u>TOTAL</u>	<u>36.682,8</u>
<u>MÉDIA P/MERCADO</u>	<u>3.668,28</u>

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sócio-Econômico, Novembro-84

QUADRO 18

MERCADO OGUNJÃ

PRODUTOS PROCURADOS E NÃO COMERCIALIZADOS

ATIVIDADES	PRODUTOS NÃO COMERCIALIZADOS	MOTIVOS
HORTIFRUTIGRANJEIROS	Brócolis, Couve-Flor Abobrinha Aipim, Maracujã	Falta na Ceasa Pouca procura Preço elevado
CEREAIS/ESTIVAS	Farinha de Trigo, Trigo, Sorgo Milho, Charuto, Velas	Pouca procura Preço elevado
DOCES E LATICÍNIOS	Queijo de Minas	Preço elevado
SERVIÇOS POPULARES	Confecção	Precisaria alto investimento

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sôcio-Econômico, Novembro - 84.

OBS.: Dos 20 Permissionários pesquisados, 35% não tem este problema

QUADRO 17
MERCADO OGUNJÁ
SITUAÇÃO DOS PRODUTOS COMERCIALIZADOS SEGUNDO A ATIVIDADE

ATIVIDADES	PRODUTOS COMERCIALIZADOS	PRODUTOS DE MAIOR LUCRO	PRODUTOS DE MAIOR VENDA	PRODUTOS DE MAIOR PERDA
HORTIFRUTIGRANJEIROS	Verduras e Frutas	Frutas, Abóboras, Aipim, Repolho	Tomate	Tomate, Cebola, Pimentão, Mamão
FOLHAGENS	Folhas em geral	Quiabo, Alface	Quiabo, Alface	Todos
CARNES	Carne Verde, de Porco e do Sol	Carne de Porco e Carne Verde	Carne Verde	Carne Verde e de Porco
OVOS/AVES	Ovos e Galinha	Galinha	Ovos	Ovos
PESCADO	Peixes e Mariscos	Peixe	Peixe	Não tem
CEREAIS E ESTIVAS	Cereais em geral, Camarão Seco, Azeite Dendê, Castanha, Amendoim, Goma	Camarão Seco e Feijão	Feijão e Farinha	Feijão
DOCES/LATICÍNIOS	Doces em geral, Leite e derivados	Requeijão	Requeijão	Requeijão
LANCHONETE	Doces, Salgados, Sucos, Refrigerantes e Refeição	Suco, Bebida	Refrigerantes, Bebida	Não tem
SERVIÇOS POPULARES	Cerâmica, Couro	Couro	Couro	Não tem
SERVIÇOS N/ALIMENTARES	Revistas e Brinquedos	Brinquedo	Revista	Não tem

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sócio-Econômico, Novembro - 84.

19

QUADRO 19

MERCADO OGUNJÁ

SUGESTÕES DOS PERMISSIONÁRIOS PARA AUMENTO DE VENDAS E RECEITAS

SUGESTÕES	%
PROPAGANDA ATRAVÉS DE RÁDIO E TV	50
LIMPEZA	50
SEGURANÇA	40
ADMINISTRAÇÃO MAIS EFICIENTE	15
MAIOR ASSISTÊNCIA PELA CEASA	5
REAJUSTE ANUAL DO ALUGUEL	5
SELEÇÃO DE PESSOAL P/EVITAR CONFUSÃO	5
RETIRAR VENDEDORES DA FRENTE DO MERCADO/CONCORRENTES SEM DESPESAS	5
PRODUTOR VENDER DIRETAMENTE	5
SISTEMA DE COOPERATIVA	5
LOCAL PARA ARMAZENAR PRODUTOS	5
DIMINUIR PREÇO DA LUZ	5
CONSERVAÇÃO DO MERCADO	5
OCUPAR BOXES VAZIOS	5

FONTE: Pesquisa realizada pela SEPLAM - Sócio-Econômico, Novembro - 84.

14. CITAÇÕES E REFERÊNCIAS

14. CITAÇÕES E REFERÊNCIAS

- 1) Programa de Implantação da Infra-Estrutura Operacional de Abastecimento Alimentar da RMS, CONDER, Junho de 1977, pág. 13/14
- 2) Idem, pág. 18
- 3) Idem, pág. 19
- 4) Idem, pág. 13
- 5) Idem, pág. 21
- 6) Idem, pág. 22
- 7) Idem, pág. 22
- 8) Plano Metropolitano de Desenvolvimento, CONDER, 1982, pág. 214/15
- 9) SIM - Sistema de Informação Metropolitana - Censo de 1980.