

CAFÉ DE TABULEIRO: perfil do comércio informal de café da manhã na cidade de São Paulo¹

Celso Luis Rodrigues Vegro²

1 – INTRODUÇÃO

O crescimento econômico característico dos países periféricos, promoveu acelerado ritmo de migrações, notadamente, orientados para os centros urbanos. Na busca por melhores condições de vida e atraídos pela expansão econômica, as cidades se tornaram polos de demanda por mão de obra, em geral, tanto de baixa qualificação como de formação educacional. Todavia, o ritmo de sua expansão sempre se manteve aquém da demanda por ocupações, ensejando desequilíbrios e iniquidades, e assegurando o vigor da economia informal urbana.

A ocupação humana dos territórios urbanos nas economias periféricas/subdesenvolvidas possui especificidades que as estruturam. Ao final da década de 1970, o geógrafo Milton Santos cunhou o conceito de circuitos da economia superior e inferior. Este segundo circuito caracteriza-se pelo subemprego, pequeno comércio e manufatura (artesanal), tendo por componente primordial o esforço do trabalho (SANTOS, 1979)³. Tal perspectiva possui grande assertividade na percepção urbana da miríade de vendedores ambulantes que atuam em logradouros públicos.

Os desequilíbrios desencadeados pelo progresso das forças produtivas, de natureza capitalista, e os espaços intersticiais por ela criados são a condição para formação e permanência da lógica da precarização. A ocorrência de informalidade não resulta diretamente da taxa de desemprego no mercado de trabalho, ainda que a ele

conceda vazão os choques desse mercado. Ocupações precarizadas constituem válvula de escape perante a limitação na oferta de empregos formais.

A evolução e transformação das forças produtivas, atualmente de dominância tecnológica, reestabelece novas segmentações no mercado de trabalho. Ocupações vinculadas a plataformas digitais para contratação de serviços se agregaram à economia informal. A denominada “uberização” no mercado de trabalho imprime formas flexíveis de alocação da mão de obra⁴. Ninguém é obrigado a trabalhar para essas plataformas, tampouco a empresa contratante responde legalmente por essa relação produtiva. Na busca pela sobrevivência, trabalhadores se submetem a jornadas exaustivas e por vezes arriscadas (vide a proliferação de cicloentregadores de comida pronta pelas ruas) sem amparo da legislação trabalhista, situados no chamado limbo jurídico-laboral (SILVA, 2019).

Há controvérsia na caracterização conceitual da economia informal (CERQUEIRA, 2017; CACCIAMALI, 2007). Segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT), a primeira instituição a caracterizar essa modalidade de ocupação, assim a definiu:

- a) propriedade familiar do empreendimento; b) origem e aporte próprio dos recursos; c) pequena escala de produção; d) facilidade de ingresso; e) uso intensivo do fator trabalho e da tecnologia adaptada; f) aquisição das qualificações profissionais à parte do sistema escolar de ensino; e g) participa-

¹O autor agradece o apoio recebido de Vagner de Carvalho Bessa e Suzana Maria Frias Pereira, técnicos da Fundação SEADE. Registrado no CCTC, IE-13/2019.

²Engenheiro Agrônomo, Mestre, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola (e-mail: celvegro@sp.gov.br).

³Para além das duas categorias, o autor ainda constrói um terceiro tipo híbrido, representado pelo circuito marginal superior, em que se mesclam características dos circuitos superior e inferior, constituído por modalidades mais atrasadas no sentido tecnológico e organizacional (SANTOS, 1979).

⁴A chamada uberização do mercado de trabalho “significa na prática ser um trabalhador por conta própria, que assume os riscos e custos de seu trabalho, que define sua própria jornada, que decide sobre sua dedicação ao trabalho e, também, que cria estratégias para lidar com uma concorrência de dimensões gigantescas que paira permanentemente sobre sua cabeça” (ABILIO, 2017).

ção em mercados competitivos e não regulamentados pelo Estado (CACCIAMALLI, 2000, p. 155).

Uma unidade produtiva não tipicamente capitalista, exercendo suas atividades produtivas sob o sistema capitalista, poderia ser classificada como informal. Quando não existe distinção entre propriedade dos meios de produção e trabalho, objetivando primordialmente a obtenção da sobrevivência de seu condutor e/ou do grupo familiar envolvido na atividade e não a garantia da reposição dos meios de produção, aparentemente, pertence à economia informal (PAMPLONA, 2013).

O varejo de produtos alimentares nas vias públicas (“comida de rua” com ponto fixo ou ambulante) manifesta uma das possibilidades de expressão da economia informal urbana. Consiste em segmento que cumpre papel essencial na distribuição de produtos de custo aceitável e convenientes à população de menor poder aquisitivo. Especificamente, os vendedores nos tabuleiros⁵ de café da manhã atendem a uma clientela caracterizada por trabalhadores ocupados em funções de menores remuneração, enfrentando grandes deslocamentos para alcançarem seus locais de trabalho. A ingestão dos alimentos e bebidas pode ocorrer tanto no local de aquisição como no deslocamento.

A oferta de café da manhã nas ruas da cidade, geralmente presente nos locais de grande concentração de pessoas (terminais rodoviários, estações ferroviárias e metroviárias, esquinas e corredores movimentados, e em frente a grandes obras civis), permite aos trabalhadores, que muitas vezes empreendem grandes viagens em transporte público até o local de labor, prolongar seu descanso, alimentando-se nos tabuleiros de café da manhã que se acham pelo caminho.

Aparentemente, a profusão de vendedores de café da manhã nos logradouros públicos decorre, também, de relativa mudança de hábitos alimentares da população da cidade de São Paulo. O período de final de 2014 a meados de 2017 marcou acentuada crise econômica no Brasil, o que fez encolher a oferta diária de cafezinhos em 610 mil xícaras consumidos fora do lar (DALL'AGNOL, 2019). No estudo, constatou-se que, sem

qualquer majoração no custo unitário da bebida, “aqueles que tinham o costume de consumir o cafezinho fora de casa todos os dias passaram de 27% para 23% da população do estado”. Baixa no poder aquisitivo e endividamento das famílias respondem por essa nova realidade de consumo. Não seria exagero crer que parte dessa redução tenha sido redirecionada para o mercado informal que, pelos baixos preços que pratica, pode se constituir em alternativa para a persistência do hábito.

A procura por se estabelecer como vendedor de café da manhã pelas ruas das cidades tem sido tão vigorosa que pelo menos duas cartilhas são oferecidas para *download* com foco na orientação do empreendedor de comida de rua, sendo uma delas específica para a constituições de um ponto de café da manhã (SEBRAE/SP, s/d). Nessas cartilhas digitais são encontradas dicas que percorrem desde a escolha do local, período de maior venda, produtos a oferecer, necessidade de investimento, e até estimativa de lucratividade para o empreendimento (NETO, 2015).

Este estudo pretende realizar diagnóstico sobre o comércio ambulante de café da manhã na cidade de São Paulo, mais especificamente em trechos da zona sul dessa capital. Tendo por foco primordial a quantificação da venda de café e de outras bebidas quentes substitutas, procurará ainda dimensionar outros elementos, como a venda e variedade de alimentos disponíveis, origem dos proprietários/empregados das bancas e sobretudo aspectos sobre faturamento e dispêndio médio dos clientes que a eles acorrem.

2 – MATERIAL E MÉTODO

Os trabalhos sobre a dinâmica do mercado informal na economia brasileira possuem distintas naturezas. Na socioeconomia em geral se busca dimensioná-lo detalhando seus reflexos sobre o crescimento, renda e sua forma de inserção. Nos casos em que a mercadoria são alimentos, há ainda os que se debruçam sobre os aspectos sanitários/higiênicos vinculados aos riscos à saúde de seu consumo. Por fim, encontram-se estudos

⁵Optou-se pela denominação tabuleiro pela característica do equipamento que difere da barraca (típica das feiras livres) pela ausência de cobertura, possuindo maior facilidade de instalação e desmontagem que a barraca convencional. Ademais, a terminologia remete ao comércio informal praticado pelos negros alforriados que no período colonial comercializavam alimentos de porta em porta. Em alguma medida, essa presença dos vendedores informais de café da manhã denota traço característico da formação econômica brasileira, qual seja, a contemporaneidade dos não coetâneos.

que abordam as diretrizes legais que disciplinam a atuação desse ramo de atividades.

Este estudo possui caráter exploratório e descritivo por meio de questionários estruturados constituídos por 45 questões distribuídas em quatro blocos: 1) caracterização do empreendedor e seu empreendimento; 2) dimensionamento das vendas de alimentos e bebidas e seus obstáculos, 3) análise do perfil dos clientes a partir do conhecimento do empreendedor; e 4) avaliação do vendedor e da qualidade dos produtos por parte de seus consumidores. Para validar o instrumento empregado, o questionário foi testado, visando aperfeiçoar as questões formuladas e verificar se algum aspecto relevante não havia sido desconsiderado.

Aleatoriamente foram escolhidos os pontos amostrais que se concentraram nos principais corredores que ligam a zona sul da capital paulista ao centro histórico da cidade⁶. Procurou-se entrevistar os vendedores na primeira hora da manhã horário em que, justamente, há maior concentração de populares ao redor dos tabuleiros

para consumo do café da manhã. Essa opção permitiu maior acuidade na observação das condições higiênico-sanitárias dos alimentos e bebidas servidas e dos respectivos locais de atendimento (via pública).

Foram feitas 14 entrevistas com vendedores e 56 com consumidores que se aproximaram para adquirir seu café da manhã. As respectivas localizações foram lançadas em mapa georreferenciado para melhor visualização dos locais amostrados (Figura 1). A pequena quantidade de enquetes conduzidas não permite, porém, qualquer tipo de expansão amostral, tratando-se, portanto, de estudo observacional e descritivo dos resultados encontrados.

Os dados apurados foram tabulados empregando-se planilha eletrônica, constituindo assim o banco de informações desse estudo. Cálculo de frequências simples e totalizações foram as técnicas de análise empreendidas, pois melhor se adequavam à dimensão da amostra e as expectativas com relação aos possíveis resultados a serem obtidos.



Figura 1 – Localização dos Pontos Amostrais, Cidade de São Paulo (ao Centro o Parque do Ibirapuera), 2019.
Fonte: Elaborada pelo autor a partir dos pontos georreferenciais.

⁶A aleatoriedade da escolha dos pontos amostrais foi relativamente parcial, na medida em que se distribuiu ao longo do deslocamento efetuado pelo pesquisador entre sua residência e o local de trabalho. As entrevistas, conduzidas diretamente pelo autor, foram realizadas entre abril e maio de 2019

Complementarmente à abordagem empírica, buscou-se na Fundação SEADE/DIEESE, banco de dados estatísticos (Pesquisa de Emprego e Desemprego – PED)⁷ sobre a dimensão do comércio informal (de rua) na região metropolitana e na cidade de São Paulo, desagregando ainda nos atributos pessoais como gênero, idade, renda, grau de formação educacional e tipo de instalações empregadas para o exercício da atividade.

3 – RESULTADOS E DISCUSSÃO

Inicia-se o item com a descrição e análise dos dados estatísticos sobre a população ocupada no comércio de rua da cidade de São Paulo, a partir dos dados da PED-Fundação SEADE. Em seguida apresentam-se os resultados das entrevistas presenciais efetuadas com os comerciantes de café de tabuleiro nas vias públicas da cidade.

3.1 – Estimativas da Dimensão do Comércio Informal na Cidade de São Paulo

As modalidades informais de ocupação laboral têm exibido expansão com ascensão do processo de “uberização” do emprego, ou seja, a gestão de trabalho humano por intermédio de plataformas digitais. No Brasil, segundo dados da PNAD/IBGE, há 3,9 milhões de condutores de veículos automotores vinculados a essa forma de contratação. A mesma pesquisa estimou que os trabalhadores alocados em vias públicas (feirantes, camelôs e demais tipos de comércio ambulante) totalizavam 2,85 milhões de pessoas (BÔAS, 2019b).

Com base no Censo Demográfico de 2010, em convênio com o DIEESE, a Fundação SEADE elaborava estimativa da quantidade de pessoas ocupadas na região metropolitana de São Paulo (RMSP). Pelas estimativas apuradas, entre 2011 e 2018, houve redução na ocupação de pessoas, declinando 4,14% (399 mil pessoas). Na cidade de São Paulo, a redução de ocupados no período foi menos intensa, totalizando 3,84% (242 mil pessoas) (Tabela 1). Tal tendência se alinha com o período de acentuada recessão econô-

mica que se instaurou na economia brasileira a partir do segundo semestre de 2014, estendendo-se até o final de 2016.

Ainda pelas estimativas da Fundação SEADE/DIEESE, o comércio de rua na cidade de São Paulo representa entre 0,6% e 0,8% do total de ocupados na RMSP no período considerado. Em média, 68 mil pessoas encontravam-se ocupadas no comércio de rua da cidade. Contrariando a tendência geral de queda na ocupação, no comércio a estimativa para o número de vendedores de rua exibiu incremento, sendo incorporadas 21 mil novas pessoas.

Os vendedores de rua do gênero masculino perfazem o perfil mais frequente de comerciantes, somando aproximadamente dois terços da população em geral do tipo. Duas faixas etárias, com um terço do total cada, são mais comuns no comércio informal (entre 25 e 39 anos, e mais de 50 anos). Mais da metade dos vendedores de rua exerce a posição de chefe do domicílio, possuindo pelo menos o fundamental ou o ensino médio incompleto (Tabela 2).

No comércio de rua, as barracas constituem o equipamento mais usual dos vendedores. Feiras livres e camelos caracterizam bem esse perfil. A categoria vem exibindo queda no percentual dos ocupados na atividade (-18,7% no período considerado). Aqueles vendedores de rua sem instalações fixas, mas com algum equipamento, englobam a categoria tabuleiro de café, cujo percentual incrementou no período em 52,1% (Tabela 3). O percentual calculado ratifica a sensação de que os empreendimentos de café de tabuleiro são cada vez mais frequentes nas ruas, praças e avenidas dos centros urbanos das grandes cidades brasileiras.

No que concerne ao resultado do esforço dos vendedores de rua, a PED indica que houve forte queda no ganho médio mensal desses trabalhadores informais e de suas famílias. No período considerado, o rendimento individual declina em 13,8% e o familiar em 17,2%. O efeito da perda de dinamismo da economia brasileira refletiu-se inclusive sobre esses vendedores de café da manhã que, ademais, tiveram que enfrentar maior concorrência no tipo de serviço que oferecem (Tabela 4).

⁷Pesquisa mensal amostral domiciliar, realizada pela parceria Fundação SEADE e DIEESE, visando o acompanhamento conjuntural do mercado de trabalho metropolitano paulista.

TABELA 1 – Estimativa do Total de Ocupados da RMSF e dos que Trabalham no Município de São Paulo Total, no Comércio e que são Comerciantes de Rua, 2011 a 2008

Total de ocupados na região metropolitana de São Paulo							
Ano	Estimativa (em 1.000 pessoas)	Que trabalham no município de São Paulo					
		Total		Comércio		Comerciantes de rua	
		% (em relação ao total de ocupados)	Estimativa (em 1.000 pessoas)	% (em relação ao total de ocupados)	Estimativa (em 1.000 pessoas)	% (em relação ao total de ocupados)	Estimativa (em 1.000 pessoas)
2011	9.628	65,4	6.300	11,9	1.146	0,6	56
2012	9.741	66,2	6.445	11,7	1.135	0,7	70
2013	9.722	66,5	6.465	12,1	1.178	0,8	76
2014	9.758	67,0	6.537	11,4	1.117	0,6	61
2015	9.621	65,8	6.334	11,5	1.102	0,6	61
2016	9.237	66,6	6.148	11,4	1.054	0,8	74
2017	9.118	65,5	5.970	11,5	1.047	0,7	68
2018	9.229	65,6	6.058	11,4	1.050	0,8	77

Fonte: DIEESE/PED (2019).

TABELA 2 – Distribuição dos Ocupados que Trabalham no Município de São Paulo Total, no Comércio e que são Comerciantes de Rua, por Atributos Pessoais, 2011-2012 a 2017-2018 (em %)

Biênio	Gênero		Faixa etária (anos)			
	Homens	Mulheres	10 a 24 ¹	25 a 39	40 a 49	+50
2011-2012	63,4	36,6	(1)	34,1	22,4	27,6
2013-2014	66,9	33,1	(1)	32,7	24,2	32,1
2015-2016	67,8	32,2	(1)	30,4	24,3	34,1
2017-2018	65,4	34,6	(1)	35,1	20,8	30,0

Biênio	Posição no domicílio		Nível de Instrução		
	Chefe	Demais	Fundamental		Médio incompleto
			Incompleto	Completo	
2011-2012	57,0	43,0	43,5	17,0	39,5
2013-2014	57,4	42,4	45,0	16,1	38,9
2015-2016	56,1	43,9	38,7	17,4	43,9
2017-2018	57,1	42,8	31,1	(1)	53,2

¹A amostra não comporta a desagregação para esta categoria.
Fonte: DIEESE/PED (2019).

TABELA 3 – Distribuição dos Ocupados que Trabalham no MSP (Total), no Comércio e Comerciantes de Rua, por Tipo de Instalações do Local onde Trabalham, 2011-2012 a 2017-2018 (em %)

Ocupados	Total ¹	Instalações do local onde trabalham		
		Barracas	Sem instalações fixas e sem equipamento	Demais ²
Total				
2011-2012	100,0	0,8	1,7	97,5
2013-2014	100,0	0,8	1,6	97,6
2015-2016	100,0	0,8	1,6	97,5
2017-2018	100,0	0,8	1,6	97,5
Comércio				
2011-2012	100,0	3,1	3,5	93,4
2013-2014	100,0	3,2	3,6	93,2
2015-2016	100,0	3,2	3,5	93,3
2017-2018	100,0	3,2	3,8	92,9
Comércio de rua				
2011-2012	100,0	47,1	33,4	19,4
2013-2014	100,0	42,6	33,9	23,5
2015-2016	100,0	40,1	33,7	26,2
2017-2018	100,0	38,3	32,2	29,5

¹Exclui assalariados do setor público e empregados domésticos.

²Engloba os que trabalham na residência, fora da residência em prédios, casa ou sala, e os sem instalações fixas, mas com algum equipamento (inclusive automotivo).

Fonte: DIEESE/PED (2019).

TABELA 4 – Rendimento Médio Real Mensal do Trabalho dos Comerciantes de Rua e de sua Família, 2011-2012 a 2017-2018 (em R\$ de maio/2019)

Biênio	Rendimento médio real	Rendimento familiar médio real
2011-2012	1.506	3.181
2013-2014	1.542	3.698
2015-2016	1.497	3.154
2017-2018	1.300	2.632

Fonte: DIEESE/PED (2019).

3.2 – Característica do Comércio Informal de Café da Manhã

No primeiro bloco de questões, procurou-se caracterizar o perfil do empreendedor informal e a estrutura disponível para seu trabalho. Assim, dos vendedores de café da manhã entrevistados, 35,7% (n=5) eram homens e 64,3% mulheres (n=9)⁸. Esses percentuais possuem relativo viés na medida em que, em dois tabuleiros visitados, havia a presença de atendentes de ambos os

sexos, sendo considerado o gênero apenas daquele responsável pela concessão da entrevista. Outros estudos similares contabilizaram prevalência do sexo masculino nos pontos de venda (MONTEIRO, 2015; PAMPLONA, 2013; ANSON, 2005). Aparentemente, a divergência encontrada neste levantamento pode decorrer da melhor aceitação e, conseqüentemente, maiores vendas dos tabuleiros sob gestão de mulheres. Essa foi uma percepção colhida *in loco* durante a condução das entrevistas.

⁸Trata-se do número de respondentes para a questão em tela.

A maior parte desses ambulantes possuía grau de instrução fundamental II, sendo completo e incompleto com 57,2% e 14,3%, respectivamente. Com fundamental I e superior completos, 7,1%, e não informaram, 14,3%. O resultado obtido neste levantamento indica, embora sem caráter probabilístico, que os vendedores de tabuleiro de café da manhã estão relativamente nivelados com o grau de formação média da população brasileira, com 25 anos ou mais, contabilizando 8 anos de estudo. Esse resultado destoa daquele obtido por Monteiro (2015), que concluiu que no comércio informal de Belo Horizonte prevaleciam vendedores com mais baixa escolaridade.

Os vendedores de tabuleiro de café declararam, majoritariamente, que atuam com banca própria ou sublocados há menos de 1 ano, e entre 1 e 3 anos (42,8% e 35,7%, respectivamente). Outros dois entrevistados estão na condição de varejistas de alimentos de rua há mais de 5 anos. Portanto, mais de 90% dos declarantes atuam nesse segmento informal desde que o ciclo recessivo da economia brasileira se implantou.

Houve paridade (n=7) entre os proprietários das bancas e os que eram sublocados pelos seus efetivos donos. Pôde-se constatar nas entrevistas que a posse de um veículo de transporte organizava a constituição de empresa informal de tabuleiros de café, sublocando de três a quatro outros pontos nas circunvizinhanças.

O comércio de café da manhã nos tabuleiros dispersos pela cidade de São Paulo, como esperado, ocorre ao final da madrugada e nas primeiras horas da manhã. Entre às 4h e 5h da madrugada já estão posicionados nos pontos que usualmente oferecem seus produtos. As vendas costumam se encerrar entre às 9h e 10h da manhã.

Ao retornar para seus domicílios, parte dos comerciantes de café (geralmente os proprietários das bancas) assume a segunda jornada de trabalho, que consiste na preparação dos alimentos que serão servidos no dia seguinte (bolos, tortas, lanches). O café propriamente dito é coado ao início da madrugada para permanecer suficientemente quente nas térmicas.

Um tabuleiro completo normalmente congrega dois ou três tipos de bolo, dois ou três tipos de salgados e pelo menos três térmicas de um ou um e meio litro. Portanto, trata-se de expressivos volumes que demandam, necessariamente, meio de transporte entre o local de moradia

e o ponto de montagem do tabuleiro. Assim, metade dos vendedores entrevistados utiliza veículo próprio (n=7). Aparentemente, não há rateio das despesas com combustível entre os membros de sua equipe de trabalhadores informais. Outros quatro são conduzidos pelos proprietários das respectivas bancas em seus veículos. Dois deles transportam seus alimentos e bebidas, valendo-se de carrinhos cargueiros puxado a tração humana, e um deles conta com carona diariamente.

Ainda que não tenham sido avaliados a idade e o estado de conservação dos veículos, sua posse contrasta com a informação recentemente divulgada de que 42% dos vendedores ambulantes tiram menos de um salário mínimo mensal de seu negócio (BÔAS, 2019a). Tal discrepância pode estar relacionada tanto com a dimensão territorial da metrópole paulistana, como com o nível de renda dos consumidores, comparativamente a outras regiões.

Os vendedores informais encontram-se expostos por longos períodos pelas ruas e esquinas. Na racionalidade dos vendedores, a escolha do ponto de venda precisa contemplar, além do fluxo de pedestres, outro aspecto relevante que consiste na proximidade de estabelecimentos de apoio, uma vez que não podem se afastar demasiadamente de seus tabuleiros (quando há essa necessidade, os vendedores contam com apoio de clientes/amigos nos quais confiam). A necessidade de utilização de banheiros foi a mais mencionada pelos vendedores (n=8), sendo que outros dois deles recorrem às próprias moradias, seguida pela troca de dinheiro (moedas). Aqueles que posicionam seus tabuleiros sob a cobertura das paradas de ônibus, aparentemente são os que menos conseguem constituir pontos de apoio. Um deles informou que aluga garagem de uma residência próxima ao local de venda para estacionar seu veículo.

A informalidade já se insere na vida desses vendedores antes de assumirem a ocupação com os atuais tabuleiros, sendo que metade deles (n=7) já atuava como ambulantes com outros produtos. Entre os entrevistados, quatro possuíam carteira assinada (uma ex-professora primária) antes de se tornarem ambulantes e outros três eram estudantes do ensino fundamental. Os vendedores que atuam em tabuleiros de terceiros possuem outra ocupação após o término do serviço de café da manhã. No caso das vendedoras, a realização de

faxinas foi a mais mencionada, e entre os homens, os bicos vinculados com reformas e reparos em edificações. Neste levantamento, nenhum dos ambulantes possuía qualquer necessidade especial.

No segundo bloco de questões, buscou-se a caracterização desse negócio. Como esperado, por envolver questionamentos de cunho econômico e, portanto, mais sensíveis, houve maior dificuldade em obtê-los, além de alguma falta de precisão para questões como, por exemplo, faixa de faturamento.

As bebidas encontradas nos tabuleiros são café puro, café com leite e chocolate, todas quentes, sendo que o primeiro item era o de maior volume. Em nenhum caso houve oferta de chá. Em três dos vendedores se encontravam gaseificadas e suco de laranja natural.

O café puro, invariavelmente adoçado, foi a bebida de maior presença quantitativa nos tabuleiros. A contabilização do número de garrafas e dos respectivos volumes de bebidas foi relativamente complexa, pois os vasilhames empregados (têrmicas) variavam de 1 litro até 5 litros. Também foi variável o número de têrmicas com café puro, partindo de 3 unidades até 20 no ponto de maior movimento pesquisado. Pela estimativa do volume de café oferecido pela base pesquisada, alcançaram-se 70 litros diariamente distribuídos⁹. Ainda considerando apenas os vendedores entrevistados (n=14), café com leite também exibiu grande volume de bebida diariamente ofertada aos clientes com 35 litros, e chocolate quente com apenas 8 litros. Esses resultados, ainda que grosseiramente estimados, estabelecem a notória preferência dos consumidores pelo café preto como bebida para acompanhar seu café da manhã.

Em termos de quantidade de pó de café empregada para preparar o volume diário de bebida (café puro e café com leite), perguntou-se aos vendedores qual a quantidade de pacotes de 0,5 kg semanalmente adquiridos. O resultado consolidado para o preparo dessas bebidas foi de 35 kg/semana (média para o conjunto dos tabuleiros pesquisados), considerando que sejam necessários 75 gramas de pó de café (cinco colheres de sopa) para o preparo de um litro da bebida. Por outro lado, contabilizando-se a média de quantidade de litros distribuída semanalmente (450 litros), re-

sultaria em 34 kg de pó adquiridos. Assim, os resultados obtidos, pelas duas vias de análise, encontram-se muito próximos, indicando consistência para a informação apurada.

A quantidade de pacotes de pó de café adquirida pelos vendedores entrevistados permite estabelecer métrica relativamente confiável para a demanda semanal do produto, ou seja, a cada dez tabuleiros, estima-se aquisição de 25 kg de café em pó.

Também foi volumosa a distribuição de leite por parte dos vendedores. Estima-se que, na totalidade da amostra conduzida, sejam consumidos semanalmente 160 litros nas preparações de café com leite e achocolatado. É preciso considerar que o levantamento ocorreu entre os meses de maio e junho, período em que temperaturas mais baixas das manhãs podem fomentar o consumo de bebidas quentes, promovendo elevação sazonal dessa demanda.

Mensurar a quantidade de serviços diariamente oferecidos foi objeto de questionamento. Houve certa dificuldade em obter essa informação e padronizá-la, pois, além de os vendedores não possuírem esse cálculo, era bastante variável o volume das doses e de seus preços unitários (de R\$0,50 a R\$1,50). Grosseiramente, estima-se que o número de serviços diários de café puro alcance 690 doses. Assim, surge outra métrica interessante, qual seja, para cada dez tabuleiros, esperam-se vendas de 490 serviços diários de café puro.

A mesma dificuldade encontrada para quantificar o número de serviços diários de venda de café puro foi observada nas vendas de café com leite, com a exceção de que o volume da dose comercializada foi mais homogêneo (aproximadamente 200 ml). Assim, o número de doses diariamente comercializadas de café com leite foi estimado em 460 para cada dez tabuleiros (650 para os 14 pontos entrevistados). Com a venda de achocolatado, terceira no *ranking* das bebidas quentes encontradas nos tabuleiros, completa-se o volume de leite adquirido semanalmente pelos proprietários das bancas.

O preço máximo da dose de café puro mais frequente entre os vendedores pesquisados foi de R\$1,50 (n=11). Caso o consumidor disponha

⁹Pode haver sobras nas têrmicas de bebida que não foi consumida ao longo do dia. Mas esse dado não foi estimado no levantamento, tanto por não ser mensurado pelos vendedores como por ser muito variável dia após dia.

de apenas R\$0,50 ou R\$1,00 para adquirir uma dose, o vendedor regula o volume da bebida oferecida em função dessa disponibilidade financeira. Em razão disso, foi muito variável o montante arrecadado com a venda de café. O emprego de máquinas de cobrança por meio de cartões foi encontrado em quatro dos pontos de venda de café da manhã, embora o pagamento em dinheiro tenha sido o mais recorrente.

O tema faturamento reveste-se de elevado grau de sensibilidade por parte do respondente. Cotejando o número de doses e de alimentos (fatias, unidades) multiplicado pelo respectivo preço de venda, é possível estimar o faturamento desses empreendedores informais. Todavia, quando perguntada sobre o montante faturado mensalmente, a maior parte dos entrevistados comprimiu o montante arrecadado semanalmente, posicionando suas vendas semanais entre R\$300,00 e R\$600,00. Considerando todos os produtos comercializados nos tabuleiros, o faturamento semanal posiciona-se entre R\$600,00 a R\$900,00, sendo que seis dos vendedores confirmaram tal geração de caixa.

Tabulação especial solicitada ao IBGE pela consultoria IDados constatou que 41,7% das pessoas com ocupação por conta própria (10,1 milhões em nove segmentos) subsistem com rendimento mensal abaixo do salário mínimo (R\$998,00/mês) (BÔAS, 2019b). Isolando-se o ramo da alimentação dos demais, o percentual se eleva para 51,4% do total de pessoas alocadas nesse ramo. Cotejando-se o resultado obtido entre os vendedores de café da manhã da zona sul da cidade de São Paulo, possivelmente esse nicho do mercado informal de alimentos auferir rendimento superior ao obtido pela consultoria citada.

Seguindo com a caracterização do negócio, perguntou-se sobre a existência de sazonalidade nas vendas. Como esperado, melhores são as vendas durante o inverno na visão da maioria dos entrevistados (n=8). Os demais não informaram sobre a existência de sazonalidade, o que pode ser decorrência da grande rotatividade de responsáveis pelos tabuleiros, particularmente, entre os não proprietários.

Os dias de melhores vendas, invariavelmente, se concentram na primeira semana do

mês, justamente quando ocorre o pagamento da maior parte dos trabalhadores formais. Nas demais semanas do mês, quintas e sextas são os dias em que ocorre aquecimento das vendas. Para a maior parte dos entrevistados, a última semana de mês é a de pior venda.

Ainda que exista esforço da administração municipal em regularizar a situação dos pontos de venda de café da manhã, a metade dos ouvidos informa que o negócio é rotineiramente fiscalizado. Num dos casos, o vendedor asseverou que teve seu tabuleiro confiscado mais de 50 vezes. Outros informaram apreensões da ordem de 10 a 20 vezes. Deve-se considerar que o custo de recompor o tabuleiro é elevado, pois implica na aquisição de garrafas térmicas de boa qualidade que são itens custosos.

Houve ainda aqueles que não tiveram qualquer problema com a fiscalização¹⁰. Essa maior facilidade da prática do negócio pode ser decorrência tanto da legalização obtida da administração – nem todo trabalho informal é ilegal –, como da pouca visibilidade que o ponto de instalação do tabuleiro possui (abrigado sob pontos de ônibus por exemplo). Há casos em que o convívio com a polícia militar se faz mediante a oferta “generosa” de café e alimentos aos policiais.

A atividade de venda de café da manhã geralmente mobiliza outros membros da família na organização do negócio. Parte dos entrevistados (n=7) informou que possui familiares no apoio da preparação dos itens oferecidos na banca, sendo remunerados pelo trabalho empregado. A agregação de familiares ocorre com mais frequência entre os empreendedores que terceirizam pontos de venda. Os vendedores proprietários de suas bancas não possuem apoio, cuidando independentemente de terceiros (familiares ou não) da preparação dos itens diariamente comercializados.

A desumanização do ambiente das grandes cidades brasileiras é característica do momento atual. Os vendedores de café da manhã se deparam constantemente com solicitações vindas do chamado “povo de rua”. A oferta de alimentos e bebidas foi o posicionamento mais frequente dos ambulantes (n=13), sendo que apenas um deles exigia que o morador de rua se afastasse. Portanto, há uma espécie de solidariedade entre os

¹⁰Os trabalhadores, por conta própria, vivem uma condição ambígua. Por um lado, sua pequenez e pulverização, perante o tecido econômico, conferem-lhes facilidades para fugir do controle do Estado, por outro, são mais susceptíveis às pressões e às propinas da fiscalização” (SALVITTI, et al., 1999).

considerados “não mercado” que, assim como o povo de rua, estão buscando meios de apenas sobreviverem mais um dia, tanto do ponto de vista das necessidades básicas da vida, como de se livrar do preconceito/discriminação/marginalidade de que, mutuamente, padecem.

Finalizando a caracterização do negócio, foi averiguado o conhecimento do vendedor sobre sua clientela. Quanto ao gênero, a maior parte (n=7) indicou não haver predominância de gênero, enquanto outros (n=5) afirmaram que o público masculino é o frequentador majoritário dos tabuleiros. Em termos de faixa etária, os clientes estão concentrados entre os 20 e 40 anos (n=7). Abaixo de 20 anos não houve nenhum caso, enquanto aqueles vendedores que não souberam informar somaram quatro observações.

O horário de maiores vendas ocorre entre às 6h e 8h, justamente o período em que a maior parte da população economicamente ativa está em deslocamento para acessar seus locais de trabalho.

A maior parte dos vendedores (n=9) informou que cada frequentador despense entre R\$2,50 a R\$5,00 por visita ao tabuleiro. Em três deles o valor desembolsado ficou abaixo de R\$2,50 ou superou os R\$5,00 por visita. O tempo de permanência raramente superou os 5 minutos, sendo que até 3 minutos foram as respostas mais frequentes (n=8).

Na última parte da pesquisa, foram entrevistados 38 clientes dos tabuleiros que aleatoriamente se apresentavam para consumir café manhã. A premissa desse bloco da pesquisa foi estabelecer qual avaliação os consumidores possuem sobre o serviço de café nas ruas da cidade.

Dos entrevistados, 21 pertenciam ao gênero masculino e outros 19 ao feminino, mostrando que não há prevalência expressiva de gênero entre os fregueses dos tabuleiros. A maior parte deles (n=25) informou que o consumo de café decorre da necessidade de levantar o ânimo pela manhã, enquanto outros oito entrevistados manifestaram que a motivação básica para frequentar os tabuleiros era a necessidade de convívio social. Em outras pesquisas conduzidas com consumidores da bebida, esses mesmos pretextos foram mencionados, revelando que o café é intrinsecamente a bebida que agrega as pessoas melhorando seu estado de espírito (PINO; VEGRO, 2008).

Os clientes entrevistados apreciando itens disponíveis nos tabuleiros possuem grau intermediário de formação educacional (n=18), seguidos por aqueles com apenas o primeiro ciclo do fundamental (n=13). Outros sete consumidores com nível universitário (ainda que incompleto) comparecem para apreciar o café da manhã nos tabuleiros. A ausência de analfabetos entre os entrevistados, associada à presença de clientes com nível superior, denota que o serviço de café da manhã por parte dos comerciantes de tabuleiro possui eficaz penetração nos perfis sociais constituinte da cidade de São Paulo. Evidentemente, a zona percorrida para a realização das entrevistas (bairros nobres da zona sul) contribui bastante para a prevalência desse perfil social. Entretanto, a maior concentração dos vendedores de tabuleiros de café da manhã ocorre, justamente, nos locais mais centrais para onde se deslocam os trabalhadores e prestadores de serviços que se distribuem pelo centro expandido da cidade.

Questionados sobre qual o atributo que mais lhes agradava ao consumir o café matinal, os clientes, em sua maioria, afirmaram ser o sabor (n=28) o aspecto prazeroso do hábito de consumo. A natureza subjetiva da pergunta associada às preferências individuais tornam bastante impreciso o dado apurado. Ser forte e ter bom aroma são outras características assinaladas, porém, em menor frequência (n=4). Houve ainda aqueles que, consumindo a bebida, informaram que não eram habituais bebedores, mas ocasionalmente faziam uso do café como bebida matinal.

A renda média familiar estimada pelos frequentadores dos tabuleiros entrevistados atinge até três salários mínimos mensais (n=28). Um patamar mais alto de renda familiar (entre três e cinco salários mínimos mensais) foi bem menos frequente (n=7). Apenas um informou que a renda familiar se situava entre cinco e dez salários mínimos.

O *ticket* médio semanal dos clientes que frequentam os tabuleiros e foram alcançados por esse levantamento foi de R\$15,00 (n=21). Gasto semanal entre R\$15,00 a R\$30,00, menos frequente entre os entrevistados, obteve 12 respostas. Despesas superiores a R\$30,00/semanais receberam 5 menções. Desse resultado, se depreende que o grande atrativo do café da manhã na rua consiste no baixo custo dos itens disponíveis para consumo (sólidos e líquidos), alinhando-se a

esse resultado o analisado perfil de renda dos frequentadores

O hábito de consumir diariamente o café da manhã nos tabuleiros é bastante arraigado entre os entrevistados. A maior parte informou que diariamente visita as barracas (n=22). Outros frequentam entre duas a três vezes na semana (n=13). Aqueles que o fazem menos de uma vez por semana ou raramente são exceções dentre os entrevistados. Essa presença diária dos frequentadores estabelece rede de amizades que vai desde o vendedor ambulante, alcançando outros frequentadores que, pelo mesmo horário, realizam sua visita diária ao tabuleiro. O momento do café da manhã concede aquele tempo necessário para cada indivíduo conviver socialmente. Esse fato contribui para um início de dia de trabalho menos estressante, sob maior estímulo para cumprir com as exigências laborais.

Numa tentativa de organizar quais os três principais atributos mais valorizados pelos frequentadores dos tabuleiros visitados, destacou-se a higiene com que os alimentos são expostos (n=30). Evidentemente, nas condições de venda à beira de avenidas de grande movimento de veículos, sem um bom aparato que proteja esses alimentos de poeira e insetos não haveria qualquer chance de atrair a clientela. Em seguida, com pontuação próxima à obtida pela higiene, posicionou-se a qualidade dos alimentos e bebidas oferecidas (n=27). Por ser uma bebida de natureza agregativa, a cordialidade do ambulante foi ressaltada por vários entrevistados (n=22). Preço e demais atributos relacionados no questionário (variedade, segurança do local, horário de funcionamento e forma de pagamento) tiveram poucas menções por parte dos clientes.

Os clientes dos tabuleiros de café da manhã formam redes de amizades a partir de frequência continuada a esses pontos de distribuição de alimentos matinais. Trinta deles confirmaram que conquistaram novos amigos com o hábito de consumir seu café da manhã na rua. Há caso relatado de que se organizou o chamado amigo secreto de final de ano entre vendedor e frequentadores, tamanha a proximidade/cumplicidade da rede de amizades que se constituiu. O caráter agregativo do serviço de café resulta, invariavelmente, na criação de laços de amizade que se intensificam com o passar do tempo.

A comida de rua se tornou um hábito nas grandes cidades. O consumo do café da manhã a céu aberto não escapou dessa tendência. Os incontáveis pontos de oferta desse serviço atestam que se está diante de mercado ainda em desenvolvimento, cabendo à administração pública tentar alguma forma de disciplinamento, e não apenas o combate de caráter fiscalizatório/policial.

4 – CONCLUSÕES

O estudo conduzido, como mencionado, não teve pretensões probabilísticas, mas de cunho eminentemente exploratório. Ainda assim, é notória a disseminação pelos logradouros públicos dos tabuleiros de oferta de café da manhã, denotando a exuberância alcançada pela atividade informal, representando tais ocupações a válvula de escape para o ciclo recessivo que fustigou a economia brasileira nos últimos anos.

A praticidade e os baixíssimos preços praticados pelos vendedores informais nos pontos de venda constituem grande atrativo para a clientela. Não é desprezível a quantidade de café que se emprega no preparo da bebida nesses pontos de distribuição, tampouco seu faturamento bruto pode ser classificado como irrisório. Tais aspectos constituem forças mantenedoras desses vendedores informais a essa modalidade de comércio de rua.

Em geral, os frequentadores dos tabuleiros são trabalhadores que se deslocam por longas distâncias entre o local de residência e de ocupação, postergando o consumo da primeira refeição do dia para fazê-la nas proximidades de seu trabalho. A necessidade de convívio social e a formação de novas redes de amizade estruturadas em torno dos tabuleiros incrementam a cordialidade dessa população despossuída que atua no chamado circuito inferior da economia.

Este estudo trouxe elementos para melhor compreender a inserção do comércio informal de café da manhã no contexto da economia informal mais geral. Ainda que se posicione como um ramo específico dentro das diversas atividades que compreendem a informalidade, possui uma natureza que merece ser mais estudada, não apenas por ser um subsegmento para a distribuição de café, como também por suprir a carência urbana de espaços de convivência.

LITERATURA CITADA

BRABO, M. F. et al. A cadeia produtiva da aquicultura no nordeste paraense, Amazônia, Brasil. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 46, n. 4, p. 16-26, jul./ago. 2016.

ABÍLIO, L. C. Uberização do Trabalho: subsunção real da viração. **Revista Passa Palavra**. Disponível em: <http://passapalavra.info/2017/02/110685>. Acesso em: 21 fev. 2019.

ANSON, G. V. **Comércio ambulante de alimentos em Curitiba**: perfil de vendedores e propostas para programa de boas práticas higiênicas na manipulação de alimentos. 2005. 65 p. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2005.

BÔAS, B. V. 42% dos por conta própria recebem menos de um mínimo por mês. **Jornal Valor Econômico**, São Paulo, caderno A3, 21 ago. 2019a.

_____. Informalidade e aplicativos mudam endereço da ocupação. **Jornal Valor Econômico**, São Paulo, caderno A26, 19 dez. 2019b.

CACCIAMALI, M. C. Globalização e processo de informalidade. **Economia e Sociedade**, Campinas, n. 14, p. 153-174, jun. 2000.

_____. (Pré-)conceito sobre o setor informal, reflexões parciais embora instigantes. **Econômica**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p.145-168, jun. 2007.

CERQUEIRA, E. da S. Considerações acerca do conceito de informalidade. **Revista Produção Acadêmica**, Mato Grosso, v. 3, n. 1, 2017. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/producaoacademica/issue/archive>. Acesso em: ago. 2019.

DALLA'AGNOL, L. Na crise paulistas deixam de tomar 600 mil cafezinhos. **Jornal Folha de São Paulo**, São Paulo, caderno A30, 11 ago. 2019.

MONTEIRO, M. A. M. Caracterização do Comércio Ambulante de Alimentos em Belo Horizonte-MG. **Demetra: Alimentação, Nutrição & Saúde**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 87-97, 2015. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/cbd3/9088605fe8a641035e6f5929782f1d9d5fe1.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2019.

NETO, J. Barraca de café da manhã: Como montar e vender na rua. **Montar um Negócio**. Disponível em: <https://www.montarumnegocio.com/barraca-de-cafe-da-manha/>. Acesso em: 20 dez. 2019.

PAMPLONA, J. B. **A atividade informal do comércio de rua e a região central de São Paulo**. São Paulo: CE-BRAP/CEM, 32 p. 2017.

_____. Mercado de trabalho, informalidade e comércio ambulante em São Paulo. **Revista Brasileira de Estudos Populacionais**, Rio de Janeiro, v. 30, n. 1, p. 225-249, jan./jun. 2013.

PINO, F. A.; VEGRO, C. L. R. **Café: um guia do apreciador**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2008. 200 p.

PESQUISA DE EMPREGO E DESEMPREGO. Secretaria de Governo. Convênio Seade: DIEESE/PED, 2019. (tabulação especial).

SALVITTI, A. et al. O trabalho do camêlo: trajetória profissional e cotidiano. **Cadernos de Psicologia Social do Trabalho**, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 1-23, 1999. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/cpst/article/view/25816/27548>. Acesso em: ago. 2019.

SANTOS, M. **O espaço dividido**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979.

SERVIÇO BRADILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Conheça a lei da comida de rua**. São Paulo: SEBRAE/SP, 2017. Disponível em: https://issuu.com/sebraesp/docs/folder_lei_comida_de_rua_-_web. Acesso em: 21 fev. 2019.

SILVA, W. A. D. Entregadores de aplicativos estão em um limbo do Direito do Trabalho? Revista **Justificando**, 24 maio 2019. Disponível em: <https://www.justificando.com/2019/05/24/entregadores-de-aplicativos-estao-em-um-limbo-do-direito-do-trabalho/>. Acesso em: 21 fev. 2019.

CAFÉ DE TABULEIRO: perfil do comércio informal de café da manhã na cidade de São Paulo

RESUMO: O ciclo de crise econômica que acometeu a economia brasileira entre 2014 até 2017, elevou a taxa de desemprego para patamar jamais observado no período recente. Tal fato intensificou a busca por ocupações no mercado informal, catapultadas que foram pelo chamado processo de “uberização” do emprego. Esse estudo exploratório e não probabilístico procurou caracterizar, por meio de entrevistas presenciais conduzidas pela aplicação de questionários objetivos, o perfil dos vendedores de café da manhã posicionando seus tabuleiros em logradouros públicos e de seus clientes. Antecedendo a apresentação dos resultados apurados, procurou-se situar a dimensão do comércio de rua por meio de análise de dados estatísticos sobre pesquisa de emprego e desemprego. A sistematização dos resultados das entrevistas efetuadas evidenciou aspectos relevantes tanto sobre as características do empreendedor quanto de seu negócio, mensurando itens como quantidade de café distribuído e faturamento bruto do ponto de venda e dificuldades de convivência com a fiscalização/policiamento. Por sua vez, na entrevista com clientes aleatórios, constatou-se que para além do hábito de consumo prevalece a necessidade de convívio social, reservando-se o momento do café da manhã para interagir com demais frequentadores constituindo-se, inclusive, duradouros laços de amizade.

Palavras-chave: comércio de alimentos de rua, trabalho informal, café da manhã, estudos do consumo.

“TABULEIRO” COFFEE: breakfast informal trading profile in São Paulo city

ABSTRACT: The cycle of economic crisis that affected the Brazilian economy between 2014 and 2017 raised the unemployment rate to a level never observed in the recent period. This fact intensified the search for occupations in the informal market, catapulted that were by the so-called process of uberization of employment. This exploratory and non-probabilistic study sought to characterize, through face-to-face interviews conducted application of objective questionnaires, the profile of breakfast vendors positioning their “tabuleiros” in public sales and their clients. Prior to the presentation of the results obtained, we sought to situate the dimension of street commerce by analyzing statistical data on employment and unemployment research The systematization of the results of the interviews conducted showed relevant aspects both about the characteristics of the entrepreneur and his business, measuring items such as quantity of coffee distributed and gross sales of the point of sale and difficulties of coexistence with supervision / policing. In his part, in the interview with random clients, it was found that in addition to the consumption habit, the need for social interaction prevails, reserving the time of breakfast to interact with other regulars, including lasting bonds of friendship.

Key-words: street food trade, informal work, breakfast, consumption studies.

Recebido em 09/12/2019. Liberado para publicação em 29/04/2020.

COMO CITAR

VEGRO, C. L. R. Café de Tabuleiro: perfil do comércio informal de café da manhã na cidade de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 51, p. 1-14, eie132019, 2021. Disponível em: [colocar o link do artigo](#). Acesso em: [dd.mmm.aaaa](#).