

AGRICULTURA

EM SÃO PAULO

BOLETIM TÉCNICO DO INSTITUTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA

ANO XIX

TOMO II

1972

SUMÁRIO

DISTRIBUIÇÃO VAREJISTA DE CARNES NA CIDADE DE SÃO PAULO: CARACTERÍSTICAS, ESTRUTURA E CUSTO — PARTE I	1
M. L. B D'Apice e P. C. Junqueira	
COMPARAÇÃO REGIONAL DE RENDIMENTOS PARA 18 CULTURAS NO ESTADO DE SÃO PAULO 1967/68 A 1970/71	49
H. F. Noronha, L. C. Assef e F. A. A. Sever	
RELAÇÕES FATOR-PRODUTO NA CULTURA DO MILHO EM JARDINÓPOLIS E GUAÍRA, ESTADO DE SÃO PAULO, 1969/70	87
J. V. Biserra e P. F. C. Araujo	
ANÁLISE COMPARATIVA DE PREÇOS DO VAREJO DOS GÊNEROS ALIMENTÍCIOS NA CAPITAL DE SÃO PAULO	113
P. C. Junqueira, M. I. Lazzarini e W. L. do Canto	
ELABORAÇÃO DE UM ÍNDICE DE SALÁRIOS RURAIS PARA O ESTADO DE SÃO PAULO	167
P. V. Sendin	
PESQUISA EM CRÉDITO RURAL	191
P. F. C. Araujo	



INSTITUTO DE
ECONOMIA AGRÍCOLA



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA AGRICULTURA

INSTITUTO DE ECONOMIA AGRÍCOLA

CORPO TÉCNICO

— em exercício —

DIRETORIA GERAL: Paulo Fernando Cidade de Araujo
ASSESSORIA DE PROGRAMAÇÃO: Evaristo Marzabal Neves
ASSESSORIA ESPECIALIZADA: Caio Takagaki Yamaguishi
Décio Sodrzejiski
Ralph Gerald Saylor

COMUNICAÇÃO TÉCNICO-CIENTÍFICA: Paulo David Criscuolo
Devancyr Aparecido Romão
Maria de Lourdes Barros Camargo

ECONOMIA DA PRODUÇÃO

Diretoria: Paul Frans Bemelmans
Abel de Lima Filho
Alfredo de Almeida Bessa Junior
Hermano Ferreira de Noronha
José Roberto Viana de Camargo (1)
Laerte Pereira Rodrigues
Luiz Carlos Asséf
Luiz Carlos Duzzi Maranhão de Carvalho
Maria Naima Kalil
Minoru Matsunaga
Nelson Batista Martin
Paulo Edgard Nascimento de Toledo
Richard Domingues Dulley
Yoshihiko Sugai (1)
Zuleima Alleoni Pires

COMERCIALIZAÇÃO

Diretoria: Pêrsio de Carvalho Junqueira
Ewerton Ramos de Lins
Claus Floriano Trench de Freitas
Flávio Condé de Carvalho
Hiroshigue Okawa
Irene José Einhorn Goldenberg
Joel Evaldo de Oliveira Kersten
Lídia Hatue Ueno
Mária Celina Mauro Padovani
Maria Elisa Benetton Junqueira
Maria Lúcia Buff D'Apice
Marilena Igreja Lazzarini
Nafanael Miranda dos Anjos
Wilson Leite do Canto

LEVANTAMENTOS E ANÁLISES ESTATÍSTICAS

Diretoria: Salomão Schattan
Luiz Henrique de Oliveira Piva
Ana Maria Montragio
Antonio Fernando Scheibel Padula
Fernando Antonio de Almeida Sever
Francisco Alberto Pino
José Diniz de Araújo
José Francisco Coluço
José Ferreira de Noronha (1)
Jullio Humberto Jimenez Ossio
Manuel Joaquim Martins Falcão
Maristela Simões do Carmo (1)
Milton Nogueira de Camargo
Nelson Giulettili
Nelson Kazaki Toyama
Paulo Tomoo Morimoto
Paulo Varela Sendin
Rosa Maria Carmignani Pescarin (1)
Wagner José de Barros

POLÍTICA E DESENVOLVIMENTO AGRÍCOLA

Diretoria: Antonio Ambrósio Amaro
Ismar Florêncio Pereira
Ana Elisa Brito Garcia
Anna Perina Rabello Arruda
Arciley Alves Pinheiro
Cesar José Almeida Camargo
Fernando Bento Homem de Mello (1)
Gabriel Luiz Seraphico Peixoto da Silva
José Alberto Martins
José Carlos Mollo Alarcon
José Ricardo Cardoso de Mello Junqueira
Luiz Flávio Barbosa Cancegliero
Luiz Moricochi
Paulo Augusto Wiesel
Sebastião Nogueira Junior
Yoshio Namekata
Yuly Ivete Miazaki

BIBLIOTECA

Helena Souza e Silva de Oliveira
Cláudia Maria Diniz Spinelli
Edneuzza Souza Póvoa
Gabiella Menni
Maria Luiza Alexandre Peão

(1) Realizando programa de pós-graduação.

DISTRIBUIÇÃO VAREJISTA DE CARNES NA CIDADE DE SÃO PAULO: CARACTERÍSTICAS, ESTRUTURA E CUSTOS (1)

PARTE I

Soc. Maria Lucia Buff D'Apice

Eng.º Agr.º Pérsio de Carvalho Junqueira

1 — IMPORTANCIA

A carne se constitui no principal item de despesa dos orçamentos familiares com alimentação. Dentre os 46 produtos representativos da Cesta de Mercado (4) a carne bovina participou com 22,5% do dispêndio mensal da família paulistana ao nível do varejo e as outras espécies animais,

tais como carnes de suínos e aves, com 8,5%, totalizando 31% dos gastos com alimentação (2).

Esse foi um dos fatos que contribuíram para uma tomada de consciência da importância econômica da pecuária no setor das atividades primárias de produção, desenvolvendo-se na atualidade, em vá-

(1) O presente estudo contou com a colaboração do Eng.º-Agr.º Salomão Schattan e do Eng.º-Agr.º Antônio José Fava, do Instituto de Economia Agrícola, na determinação do esquema de amostragem utilizado e na preparação dos dados para a computação eletrônica, respectivamente. Agradecem os autores, outrossim, a participação de José Luiz Aguirre, de Luíza Maria Marques e Hilda Marina Rinaldi na elaboração de programas para o processamento eletrônico e Ferdinando João Carollo, Ralf G. Saylor e Donald W. Larson pelas sugestões e críticas apresentadas na revisão do texto final. Cabe ressaltar, também, o desempenho dos entrevistadores na obtenção da informação básica deste trabalho.

Recebido para publicação em 16 de maio de 1972.

(2) Média dos dispêndios verificados entre os meses de maio de 1970 a abril de 1972.

rias instituições, uma série de planos e programas que visam adequar a taxa de crescimento da oferta de carnes às exigências da demanda dos mercados consumidores. Espera-se com essa ação obter ganhos de produtividade no setor, que permitam, pela redução proporcional dos custos, a oferta de maiores quantidades de carne a preços reais mais baixos.

É preciso, entretanto, não descuidar da natural interdependência entre as atividades produtivas e as de comercialização, para que os benefícios advindos do pretendido aumento da oferta de carnes não se anulem ao longo da cadeia de distribuição e possam refletir-se em todos os níveis de mercado: produção, indústria, atacado, varejo e consumo final.

Sob essa perspectiva, torna-se evidente a necessidade de estudos sistemáticos da eficiência do sistema de comercialização de carnes, notadamente no que se refere aos aspectos ligados à distribuição varejista, desde que é este o segmento do fluxo que res-

ponde pela maior parcela da margem total de comercialização (3).

No Estado de São Paulo, verificou-se que de cada cruzeiro gasto pelo consumidor na aquisição de carne bovina "in natura", cerca de vinte e sete centavos se destinaram ao retalho, constituindo-se esse valor mais da metade da margem total de comercialização (1).

Paralelamente, destaca-se a importância do varejo de carnes por representar a ligação dos pecuaristas e industriais com o consumo final. O varejo, através do contato diário com os consumidores, é o segmento do canal que deve conhecer a tendência das preferências por tipo, cortes e qualidade de carne, transmitindo-as de volta às indústrias e produtores, influenciando-os nos seus sistemas de produção.

O varejista de carnes, juntamente com o atacadista, deve colocar o produto à disposição dos consumidores no tempo e lugar necessários, manter a qualidade dessa mer-

(3) Segundo JUNQUEIRA et alii (3), para grande parte dos produtos agrícolas no Estado de São Paulo é a nível do varejo que se concentram as maiores despesas de comercialização.

cadoria altamente perecível e evitar que não se tornem perda econômica medidas de melhoria dos sistemas produtivos, como a introdução de gado selecionado, o controle de doenças infecto-contagiosas, melhor nutrição e manejo.

A idéia do presente trabalho surgiu, portanto, da necessidade e importância de se contar com informações específicas sobre as condições de funcionamento do mercado varejista de carnes, objetivando ao mesmo tempo determinar os custos de comercialização nas instituições responsáveis pela distribuição: açougues, casas de carne e supermercados.

O propósito deste estudo é analisar alguns dos mais importantes aspectos do mercado varejista nos limites geográficos da Cidade de São Paulo, como base para programas de pesquisa em problemas referentes à industrialização e à distribuição de carnes, complementando o estudo econômico sobre a pecuária de corte no Estado de São Paulo, que se desenvolve no Instituto de Economia Agrícola.

Os recursos financeiros necessários à coleta da informa-

ção básica do presente trabalho foram fornecidos ao Instituto de Economia Agrícola pelo Ministério da Agricultura e pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento da Pecuária, mediante convênio firmado em dezembro de 1969.

Espera-se que as conclusões obtidas possam ser utilizadas na formulação de medidas que promovam, a médio e a longo prazo, a maior eficiência da distribuição de carnes a varejo com vantagens extensivas aos demais níveis de mercado.

Para fins de publicação, dividiu-se a apresentação da pesquisa em dois trabalhos separados, constituindo-se itens comuns aos mesmos os três capítulos iniciais. O conteúdo do primeiro, designado por Parte I, compreende a descrição das características do mercado varejista de carne na Cidade de São Paulo.

A partir desse enfoque geral, segue-se na Parte II a análise da estrutura da rede retalhista e dos custos de comercialização nas unidades distribuidoras de carne ao consumo final.

2 — OBJETIVOS

Constituem-se objetivos gerais do trabalho:

a) descrever as principais características da distribuição de carnes no varejo;

b) descrever as práticas de comercialização adotadas;

c) destacar as características de organização dos estabelecimentos distribuidores;

d) descrever e analisar a estrutura do mercado varejista de carnes;

e) estimar a composição dos custos de comercialização nos estabelecimentos distribuidores;

f) identificar os principais fatores associados aos custos de comercialização nos estabelecimentos distribuidores de carnes no varejo; e

g) analisar a produtividade no uso dos recursos nos estabelecimentos distribuidores.

Na Parte I deste trabalho serão apresentados os resulta-

dos da análise referentes aos objetivos *a*, *b* e *c* e na Parte II os que dizem respeito aos itens *d*, *e*, *f* e *g*.

Em ambos os níveis de análise correspondentes à Parte I e Parte II, realizou-se o confronto dos dois tipos básicos de unidades comerciais do mercado de carnes no varejo: de um lado, os açougues e casas de carne, e, de outro, o departamento de carnes em supermercados.

3 — MATERIAL

3.1 — Área de Estudo

A área escolhida para a coleta da informação básica do presente estudo foi o Distrito de São Paulo, Município de São Paulo.

O Distrito de São Paulo constitui um dos oito distritos componentes do Município de São Paulo e que, conforme estimativa de dezembro de 1969, possuía uma população de 5.724.589 habitantes, correspondendo a 94% do total do Município (quadro 1).

Dada a representabilidade e importância do Distrito de São

Paulo, os demais distritos pertencentes ao Município não foram incluídos no campo de trabalho para coleta de dados.

De acordo com os objetivos do estudo, a escolha da área levou em conta as caracterís-

ticas do Distrito de São Paulo como o maior centro consumidor brasileiro e distribuidor, onde coexistem unidades tradicionais varejistas de carnes (açougues e casas de carne) e as modernas (departamentos de carnes em supermercados).

QUADRO 1. — Estimativa do Número de Habitantes por Distrito do Município de São Paulo, Dezembro, 1969

Distrito	Número de habitantes
São Paulo	5.724.589
Ermelindo Matarazzo	119.989
Guaianases	41.193
Itaquera	56.011
Jaraguá	16.380
Parelheiros	13.509
Perus	15.460
São Miguel Paulista	110.106
Total do Município	6.097.237

Fonte: Divisão de Estatística e Documentação Social, Prefeitura do Município de São Paulo.

Sendo o primeiro trabalho dessa natureza, especialmente no que diz respeito às estimativas de custos da distribuição varejista de carnes, tencionou-se que os resultados obtidos nessa área de estudo também pudessem ser utilizados como subsídios ao entendimento dos

complexos problemas ligados ao setor em outros grandes conglomerados urbanos do País.

3.2 — Unidade de Levantamento

Considerou-se, como unidade de levantamento de dados, os

estabelecimentos comerciais dedicados à venda no varejo de carnes “in natura” de bovinos, suínos, aves, ovinos, compreendendo os açougues, casas de carne e os departamentos de carne de supermercados, localizados nos limites administrativos do Distrito de São Paulo, Município de São Paulo.

Para fins de análise, reuniram-se em um mesmo agrupamento os açougues e casas de carne, considerados como estabelecimentos semelhantes na distribuição de carnes no varejo, desde que essas unidades comerciais não possuem atualmente características diferenciadas, mesmo perante as leis municipais (4).

Em outro grupo foram incluídos os “supermercados”, cadastrados pela Associação Brasileira de Supermercados,

de forma a evitar os possíveis erros de terminologia incorridos ao se designar essa unidade comercial de grande varejo (5).

3.3 — Informação Básica

A coleta da informação básica foi feita através de amostra probabilística retirada de um sistema de referência, organizado a partir de cadastros das unidades varejistas.

O sistema de referência da “população” de açougues e casas de carnes em operação no Município e no Distrito de São Paulo foi determinado através do cadastro específico fornecido pela Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo, compreendendo a listagem dos Contribuintes de Impostos Estaduais inscritos nesse código de atividade comercial (6).

(4) As exigências obrigatórias para denominação de um estabelecimento como “Casa de Carne”, referentes à área mínima do prédio e sua divisão em seções específicas para a venda, “desossa”, manipulação e câmaras frias, previstas na Lei Municipal n.º 5.115, de 28/2/1957, foram revogadas pela Lei Municipal n.º 7.105, de 3/1/1968, que uniformizou as disposições sobre a venda a varejo de produtos alimentícios de origem animal.

(5) STILMAN (6) discute o problema da designação de um estabelecimento comercial como “supermercado”, definindo-o e diferenciando-o dos chamados “pseudo-supermercados”, existentes na Cidade de São Paulo. Também a Lei Municipal n.º 7.208, de 13/11/1968, caracteriza e regulamenta o funcionamento desse tipo de unidade varejista.

(6) De acordo com o Código Comercial Brasileiro, as empresas devem obrigatoriamente registrar-se no Departamento da Receita Estadual.

O referido cadastro foi utilizado por estar baseado em informações mais atualizadas (1) e também por fornecer indicações suplementares bem precisas quanto à localização dos estabelecimentos varejistas na área de estudo. De acordo com esse cadastro, a "população" de açougues e casas de carne, localizados no Município de São Paulo, ope-

rando em agosto de 1969, compunha-se de 2.988 unidades, das quais 92% concentravam-se na área do Distrito de São Paulo (quadro 2).

Determinou-se o sistema de referência da "população" de supermercados, do Distrito de São Paulo, com o auxílio da Associação Brasileira de Supermercados, que forneceu um

QUADRO 2. — Número e Distribuição Porcentual de Açougues e Casas de Carne, Segundo os Distritos do Município de São Paulo, Agosto, 1969

Distrito	Número	Distribuição porcentual
São Paulo	2.762	92,4
Ermelindo Matarazzo	39	1,3
Guaianases	21	0,7
Itaquera	54	1,8
Jaraguá	—	—
Parelheiros	—	—
Perus	9	0,3
São Miguel Paulista	103	3,5
Total do Município	2.988	100,0

Fonte: Dados obtidos a partir da Informações Cadastrais de Contribuintes Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo.

(1) O cadastro da Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo foi fornecido em dezembro de 1969, baseado em informações datadas de agosto do mesmo ano, quando houve a suspensão temporária de pagamento de impostos desses estabelecimentos por determinação da SUNAB.

cadastro próprio. Esse cadastro definido indicou uma "população" de 216 supermercados, operando no Distrito de São Paulo, em setembro de 1969.

A coleta da informação básica realizou-se através de entrevistas diretas junto às unidades amostrais sorteadas, mediante o preenchimento de um questionário previamente testado e aprovado de conformidade com os objetivos propostos ao trabalho.

O levantamento estendeu-se de janeiro a março de 1970, sob a coordenação e supervisão dos autores e com a participação de 17 entrevistadores, estudantes universitários, especialmente convocados e treinados para esse fim.

Despendeu-se, em média, três horas no preenchimento do questionário em açougues e casas de carne e aproximadamente sete dias úteis em supermercados, face à complexidade de obtenção dos dados relativos ao departamento de carnes nessas unidades varejistas.

3.4. — Amostra

A estrutura da amostra dos açougues e casas de carne se

diferenciou daquela adotada para os supermercados, de acordo com os critérios que se seguem.

3.4.1 — Açougues e casas de carne

A amostra da "população" dos açougues e casas de carne cadastrados foi estratificada de acordo com a localização geográfica do prédio das firmas na área de estudo escolhida. Os 48 subdistritos, que compõem o Distrito de São Paulo, corresponderam aos estratos amostrais.

Decidiu-se pelo critério geográfico de estratificação, desde que este permitiu abranger grande parte das diferenças existentes no nível da renda familiar e concentração da população entre os subdistritos de que se compõe a área de estudo.

A "população" de açougues e casas de carne foi distribuída nos estratos, de acordo com o endereço completo (via pública e bairro de localização), utilizando-se uma planta ampliada da Cidade de São

QUADRO 3. — Estrutura da Amostra Prevista para Açougues e Casas de Carnes, Distrito de São Paulo, Agosto, 1969

Estrato	População inicial (P _i)	Amostra prevista (a _i)	Fator de elevação (P _i /a _i)
1. Acimação	25	3	8,30
2. Alto da Moóca	82	10	8,20
3. Barra Funda	21	3	7,00
4. Bela Vista	37	5	7,40
5. Belenzinho	36	4	9,00
6. Bom Retiro	27	4	6,75
7. Brás	44	5	8,80
8. Brasilândia	23	3	7,66
9. Butantã	59	7	8,43
10. Cambuci	40	5	8,00
11. Cangaíba	26	4	6,50
12. Capela do Socorro	17	2	8,50
13. Casa Verde	59	7	8,43
14. Cerqueira César	13	2	6,50
15. Consolação	27	3	9,00
16. Ibirapuera	53	7	7,57
17. Indianópolis	45	5	9,00
18. Ipiranga	117	15	7,80
19. Jabaquara	84	10	8,40
20. Jaguará	24	3	8,00
21. Jardim América	15	2	7,50
22. Jardim Paulista	56	7	8,00
23. Lapa	83	11	7,54
24. Liberdade	28	3	9,33
25. Limão	33	4	8,25
26. Moóca	33	4	8,25
27. Nossa Senhora do Ó	81	11	7,36
28. Pari	24	3	8,00
29. Penha	102	12	8,50
30. Perdizes	65	8	8,12
31. Pinheiros	45	6	7,50
32. Pirituba	37	5	7,40
33. Santa Cecília	36	4	9,00
34. Santa Efigênia	36	5	7,20
35. Santana	108	13	8,31
36. Santo Amaro	162	20	8,10
37. Saúde	123	16	7,69
38. Sé	21	2	10,50
39. Tatuapé	156	20	7,80
40. Tucuruvi	179	22	8,14
41. Vila Formosa	55	7	7,86
42. Vila Guilherme	42	5	8,40
43. Vila Madalena	16	2	8,00
44. Vila Maria	69	9	7,67
45. Vila Mariana	55	7	7,86
46. Vila Matilde	63	8	7,88
47. Vila Nova Cachoeirinha	16	2	8,00
48. Vila Prudente	164	20	8,20
Total	2.762	345	8,00

Fonte: Dados obtidos a partir das informações cadastrais de Contribuintes, Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo.

Paulo contendo as divisões de área dos subdistritos (8).

O tamanho da amostra definido foi igual a 345 unidades, fixado em função dos recursos financeiros disponíveis e correspondendo a 12% do número total de estabelecimentos varejistas cadastrados.

Utilizou-se o esquema de "estratificação com fração constante de amostragem" e a identificação das unidades amostrais foi realizada mediante sorteio ao acaso, tomando-se a "população" espe-

cífica de cada subdistrito como um conjunto independente (quadro 3).

Ao se proceder o levantamento da informação básica, verificou-se o cancelamento de entrevistas, devido a vários motivos, dos quais, o mais frequente foi o encerramento das atividades comerciais na unidade amostral sorteada (quadro 4).

Somente quando a perda de informação ocorreu por recusa do informante, houve reposição da unidade amostral. As demais 41 entrevistas cancela-

QUADRO 4. — Motivos de Cancelamento de Entrevistas nos Açougues e Casas de Carne da Amostra, Distrito de São Paulo, Março, 1970

Motivo de cancelamento	Número de estabelecimentos
Atividade encerrada	21
Mudança de atividade comercial	17
Recusa do informante	6
Demolição do prédio	3
Total	47

(8) As dificuldades encontradas na inclusão de uma via pública no subdistrito correspondente puderam ser contornadas por consulta junto As Administrações Regionais do Município de São Paulo.

QUADRO 5. — Estrutura da Amostra de Açougues e Casas de Carnes,
Distrito de São Paulo, Março, 1970

Estrato	População redefinida (N) i	Amostra (n) i
1. Aclimação	25	3
2. Alto da Moóca	74	9
3. Barra Funda	14	2
4. Bela Vista	22	3
5. Belenzinho	36	4
6. Bom Retiro	20	3
7. Brás	26	3
8. Brasilândia	23	3
9. Butantã	59	7
10. Cambuci	40	5
11. Cangaíba	26	4
12. Capela do Socorro	17	2
13. Casa Verde	42	5
14. Cerqueira César	7	1
15. Consolação	9	1
16. Ibirapuera	45	6
17. Indianópolis	45	5
18. Ipiranga	85	11
19. Jabaquara	76	9
20. Jaguará	24	3
21. Jardim América	15	2
22. Jardim Paulista	48	6
23. Lapa	68	9
24. Liberdade	9	1
25. Limão	25	3
26. Moóca	25	3
27. Nossa Senhora do Ó	81	11
28. Pari	16	2
29. Penha	102	12
30. Perdizes	65	8
31. Pinheiros	37	5
32. Pirituba	37	5
33. Santa Cecília	36	4
34. Santa Efigênia	36	5
35. Santana	91	11
36. Santo Amaro	146	18
37. Saúde	115	15
38. Sé	21	2
39. Tatuapé	156	20
40. Tucuruvi	146	18
41. Vila Formosa	55	7
42. Vila Guilherme	42	5
43. Vila Madalena	16	2
44. Vila Maria	54	7
45. Vila Mariana	47	6
46. Vila Matilde	63	8
47. Vila Nova Cachoeirinha	16	2
48. Vila Prudente	148	18
Total	2.432	304

das e não substituídas foram utilizadas para redefinir o tamanho da "população".

A diminuição numérica da "população" obedeceu às mesmas proporções de perdas encontradas nos estratos da amostra ⁽⁹⁾. Em decorrência, a "população" de açougues e casas de carne efetivamente operando na Cidade de São Paulo na época do levantamento passou a ser considerada como igual a 2.432 unidades, utilizando-se desse número redefinido para a expansão dos resultados (quadro 5).

3.4.2 — Supermercados

O esquema de amostragem utilizado no levantamento da informação básica entre os supermercados foi o de "amostra simples ao acaso". O tamanho da amostra, prevista de acordo com os recursos disponíveis, foi igual a 55 unidades, correspondendo a 25% da "população" cadastrada.

Na coleta de dados houve necessidade de cancelar 23 uni-

dades sorteadas, tendo em vista que 21 daqueles estabelecimentos não comercializavam carne em suas dependências e, dos restantes, um se encontrava fechado por falência e, outro, por ocasião do levantamento, estava sendo utilizado em diferente atividade comercial.

As unidades amostrais canceladas não foram substituídas, havendo uma redefinição do número de supermercados listados no cadastro na mesma proporção verificada na amostra, o que implicou na redução de 216 para 126 estabelecimentos na "população".

A partir do número total redefinido é que se procedeu à expansão dos resultados do levantamento correspondente ao departamento de carnes dos supermercados.

4 — METODOLOGIA

Neste item serão descritos os procedimentos metodológicos adotados na análise dos dados da primeira parte do

(9) As quarenta e uma entrevistas que foram canceladas distribuíram-se nos seguintes subdistritos: uma nos do Alto da Moóca, Barra Funda, Bom Retiro, Cerqueira Cesar, Ibirapuera, Jabaquara, Jardim Paulista, Limão, Moóca, Pari, Pinheiros, Saúde e Vila Mariana; duas nos da Bela Vista, Brás, Casa Verde, Consolação, Lapa, Liberdade, Santana, Santo Amaro, Vila Maria e Vila Prudente; quatro nos do Ipiranga e Tururuvi.

trabalho e que dizem respeito à caracterização geral e organização do mercado retalhista de carnes.

Esses procedimentos se restringiram à expansão dos resultados obtidos na amostra para o total da "população" cadastrada de açougues, casas de carne e supermercados.

Os critérios de expansão diferenciaram-se para os dois tipos básicos de estabelecimentos varejistas em questão, considerando-se a diversidade da estrutura das amostras estatísticas adotadas.

Tratando-se de amostra estratificada, a expansão das

variáveis contínuas e discretas referentes aos açougues e casas de carne levantados obedeceram aos critérios que se seguem.

Identificando-se por i ($i=1, \dots, 48$) os subdistritos de que se compõe o Distrito de São Paulo designou-se por n_i o número de unidades amostrais do subdistrito i e N_i de unidades do cadastro do subdistrito i (quadro 5).

Dada uma característica X , x_{ij} é o valor desta variável no estabelecimento j ($j=1, \dots, n_i$) do subdistrito i , ficando o correspondente valor total do subdistrito i (T_i) igual a:

$$T_i = N_i \cdot \bar{x}_i \quad \text{onde:} \quad \bar{x}_i = \frac{\sum_{j=1}^{n_i} x_{ij}}{n_i}$$

O total da "população" cadastrada (T) teve seu valor determinado por:

$T = \sum_{i=1}^{48} T_i$, onde a correspondente média total da "população" (\bar{X}) igualou-se ao quociente:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^{48} T_i}{\sum_{i=1}^{48} N_i} = \frac{T}{N}, \text{ sendo}$$

$N = 2.432$ unidades.

A variância por unidade de subdistrito (s_i^2) e a variância total respectiva (s_T^2) foram obtidas por:

$$s_i^2 = \frac{\sum_{j=1}^{n_i} (x_{ij} - \bar{x}_i)^2}{n_i - 1}$$

$$s_T^2 = N_i (N_i - n_i) \frac{s_i^2}{n_i}$$

resultando uma variância total da "população" (s_T^2) igual a:

$$s_T^2 = \sum_{i=1}^{48} s_{T_i}^2$$

Dessa forma, estimou-se, finalmente, o erro porcentual de amostragem (e_T) do valor da característica X para a "população" de unidades cadastrais, por:

$e_T = \frac{s_T}{T} \cdot 100$, que permitiu a determinação de intervalos de confiança, úteis para a análise econômica dos resultados na "população".

Em relação aos supermercados, foram expandidos os valores das variáveis discretas e contínuas para a "população" e calculados os erros amostrais respectivos de simi-

lar modo descrito, considerando tratar-se de uma "amostra simples ao acaso". O tamanho da "população" foi igual a 126 (N) e da amostra 32 (n).

Os dados foram processados no computador IBM-1130 do Instituto de Pesquisas Econômicas da Universidade de São Paulo, com a colaboração da Divisão de Levantamentos e Análise Estatísticas no Instituto de Economia Agrícola no delineamento de cartões-mes- tres, codificação e perfuração de dados e na programação do processamento propriamente dito.

5 — APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Os resultados referentes à primeira parte do trabalho se apresentam analisados em três principais itens. Foram destacados, no primeiro, os aspectos genéricos ligados à distribuição de carnes a varejo; no segundo, foram evidenciadas as principais práticas de comercialização utilizadas; e, no terceiro, procurou-se dar ênfase às características de organização dos estabelecimentos varejistas propriamente ditos.

5.1 — Características da Distribuição Varejista

Os tipos básicos de instituições responsáveis pela comercialização e distribuição de carnes a varejo na Cidade de São Paulo compreendem os açougues, as casas de carne e, com desenvolvimento mais recente, os departamentos de carnes dos supermercados.

Os açougues e casas de carne se constituem naqueles estabelecimentos altamente especializados, de pequeno varejo, representando a forma mais tradicional de comércio organizado para distribuição de carnes frescas.

Em contraposição, os supermercados surgem como um novo sistema de distribuição varejista em grande escala. Nessas lojas, encontram-se a venda produtos diversos e gêneros alimentícios, nos quais se inclui a carne, e se apresentam como resultante da evolução de técnicas de venda registrada no início do século nos Estados Unidos da América (10).

A partir das informações colhidas nas unidades amostrais, caracterizou-se a distribuição a varejo, levantando-se o volume bruto de carnes comercializadas em São Paulo, a sua composição correspondente e a diversificação de vendas das demais espécies de carne "in natura" e outros produtos elaborados.

5.1.1 — Volume bruto de carnes comercializadas

Apesar da crescente importância dos supermercados nas vendas a varejo de produtos alimentícios e das condições favoráveis ao seu desenvolvimento em São Paulo, a distribuição de carnes "in natura" ao consumidor final continua a ser realizada predominantemente pelas unidades varejistas tradicionais, os açougues e casas de carne.

Os resultados do levantamento indicaram que 80% do total estimado de 12.571 toneladas de volume bruto de car-

(10) A evolução histórica dos supermercados como lojas de grande varejo na Cidade de São Paulo se encontra descrita em STILMANN (6).

QUADRO 6. — Volume Bruto Estimado e Volume Médio de Carnes “In Natura” Comercializadas Mensalmente pelos Estabelecimentos Varejistas, Distrito de São Paulo, 1970

Espécie animal	Açougues e Casas de Carne				Supermercados				Todos os Estabelecimentos	
	Volume bruto estimado (t/mês)	Erro amostral (%)	Porcento do volume bruto estimado	Volume bruto médio (t/mês/estab.)	Volume bruto estimado (t/mês)	Erro amostral (%)	Porcento do volume bruto estimado	Volume bruto médio (t/mês/estab.)	Volume bruto estimado (t/mês)	Erro amostral (%)
Carne de bovinos	8.312	5,2	83,0	3,42	2.011	11,4	78,7	15,96	10.323	4,7
Carne de suínos	1.292	5,3	12,9	0,53	161	10,7	6,3	1,28	1.453	4,9
Carne de aves	286	19,2	2,9	0,12	341	14,8	13,3	2,70	627	11,0
Carne diversas:										
ovinos	—	—	—	—	16	20,2	—	0,13	—	—
caprinos	—	—	—	—	7	31,8	—	0,05	—	—
coelhos	—	—	—	—	21	31,2	—	0,17	—	—
Sub-total	124	81,1	1,2	0,05	44	—	1,7	0,35	168	—
Total	10.014	5,3	100,0	4,12	2.557	11,4	100,0	20,29	12.571	2,4

nes manuseadas ⁽¹¹⁾ mensalmente na Cidade de São Paulo foram processadas e distribuídas pelos 2.432 açougues e casas de carne cadastrados, enquanto o volume restante 2.557 toneladas, foi comercializado por 126 supermercados (quadro 6).

O volume bruto médio de todas as espécies animais distribuídas pelos açougues e casas de carne situou-se em torno de 4 toneladas mensais, compreendendo estabelecimentos com escala de operação variando desde 1 tonelada até 59 toneladas comercializadas mensalmente. Em contraposição, no departamento de carnes dos supermercados, o volume bruto médio alcançou um nível cinco vezes superior àquele verificado em açougues e casas de carne, igualando-se a 20 toneladas mensais, com uma amplitude de variação de 3 a 77 toneladas mensais.

Assim, verificou-se haver uma atomização considerável

do mercado, onde pequenas unidades comerciais tradicionais responderam por aproximadamente 80% do volume bruto de carnes distribuído pela rede varejista, enquanto um reduzido número de supermercados colocou à venda o restante volume em quantidades individualmente maiores.

Essa característica do mercado varejista de carnes assume fundamental importância na medida em que, refletindo-se sobre os custos dos estabelecimentos retalhistas, interfere no nível de eficiência do sistema de comercialização global, conforme será discutido na Parte II.

5.1.2 — Importância relativa das carnes comercializadas

Ao se analisar a importância relativa das espécies animais comercializadas no conjunto de estabelecimentos varejistas, constatou-se que a carne bovina responde por

(11) Considerou-se como volume bruto comercializado por estabelecimento varejista, a quantidade média recebida, mensalmente, de quartos dianteiros e traseiros de carcaça bovina, de meia carcaça suína e de aves, ovinos, caprinos e coelhos, expressa em unidade comum de peso bruto, toneladas. Esse total de carnes comercializadas em São Paulo está um pouco abaixo do consumo verificado através dos trabalhos divulgados de orçamentos familiares.

Tal fato é explicado pelas vendas clandestinas feitas na Capital, as quais, obviamente, não foram levantadas na pesquisa.

80% do total das carnes distribuídas, com um volume bruto estimado ao redor de 10.323 toneladas mensais. A parcela restante, 2.248 toneladas encontrou-se dividida entre as demais espécies animais, com predominância da carne suína, cuja quantidade manuseada se situou a um nível sete vezes inferior àquela apresentada pela bovina. Uma proporção reduzida, da ordem de 6% do total comercializado, coube conjuntamente às carnes de aves, ovinos, caprinos e coelhos (quadro 6).

Entretanto, a composição do volume bruto por espécie animal comercializada pelos dois tipos básicos de unidade varejista apresentou heterogênea proporcionalidade.

Embora a carne bovina tenha sido o produto mais vendido tanto nos açougues e casas de carne como nos supermercados, a sua participação relativa no volume bruto por tipo de estabelecimento foi diferente. Cerca de 83% das 10.014 toneladas mensais comercializadas pelos açougues e casas de carne se referiram a carne bovina, enquanto nos supermercados esta proporção decresceu para 79%.

Nos açougues e casas de carne, a carne suína ocupou o segundo posto em volume bruto, com 1.292 toneladas mensais distribuídas, o que equivale a uma quantidade seis vezes menor do que aquela verificada para a bovina e 13% da total por eles comercializada. Seguem-se, em ordem decrescente de importância, os volumes brutos manuseados de carnes de aves e demais pequenos animais que, conjuntamente, responderam por apenas 4% do volume bruto total distribuídos por esses estabelecimentos e cuja significação é restrita, face aos elevados erros amostrais encontrados.

Em contraposição, nos supermercados a venda de aves é mais volumosa, participando com 13% do total de 2.557 toneladas de carnes processadas mensalmente por essas unidades. Os suínos representaram pouco menos da metade do volume bruto da carne de aves, não chegando a 2% a participação de outras espécies animais no total bruto comercializado nesse tipo de unidade de varejo.

Portanto, os açougues e casas de carne são os mais importantes estabelecimentos de distribuição varejista de car-

QUADRO 7. — Volume Bruto Estimado e Volume Médio de Carne Bovina "In Natura" Comercializada Mensalmente pelos Estabelecimentos Varejistas, Distrito de São Paulo, 1970

Corte da carcaça bovina	Açougues e Casas de Carne				Supermercados				Todos os Estabelecimentos	
	Volume bruto estimado (t/mês)	Erro amostral (%)	Porcento do volume bruto estimado	Volume bruto médio (t/mês/ estab.)	Volume bruto estimado (t/mês)	Erro amostral (%)	Porcento do volume bruto estimado	Volume bruto médio (t/mês/ estab.)	Volume bruto estimado (t/mês)	Erro amostral (%)
Quartos traseiros:										
de boi	5.394	6,4	64,9	2,22	1.745	12,8	86,8	13,85	7.139	5,8
de vaca	55	39,3	0,7	0,02	—	—	—	—	55	39,3
Quartos dianteiros:										
de boi	2.754	4,6	33,1	1,13	240	14,6	11,9	1,90	2.994	4,4
de vaca	12	58,9	0,1	0,00	—	—	—	—	12	58,9
Outras peças										
separadas	97	33,0	1,2	0,04	26	36,8	1,3	0,21	123	27,1
Total de										
Carne bovina	8.312	5,2	100,0	3,41	2.011	11,4	100,0	15,96	10.323	4,7

nes. A não ser pela carne de aves, todas as demais espécies são vendidas em maior volume por essas unidades.

A disponibilidade das várias espécies de carnes nas lojas deve estar associada às características da demanda por esses produtos, a qual é determinada pela localização da unidade, pelo nível de renda, população, preferências dos consumidores e outros fatores. Nesse sentido, ressalta-se a importância da distribuição de aves nos supermercados, geralmente servindo clientes de maior poder aquisitivo.

Outro elemento importante na caracterização da distribuição de carne foi a composição do volume bruto de carne bovina propriamente dita, que representou o principal item da escala de operação dos estabelecimentos varejistas (quadro 7).

Cerca de 69% da carne bovina vendida pelo conjunto das unidades varejistas correspon-

deu a quatro traseiros de boi e menos de 1% a quartos traseiros de vaca, perfazendo uma quantidade agregada igual a 7.194 toneladas mensais, de onde se originam os cortes considerados de primeira qualidade (12).

Do total restante, 29% foram quartos dianteiros de boi e vaca (13) e, uma pequena proporção, 1%, cortes separados do quarto traseiro da carcaça, miúdos e/ou a meia-carcaça de vitelos.

Em termos de volume bruto médio de carne bovina, os supermercados comercializaram uma quantidade igual a 16 toneladas mensais, enquanto entre os açougues esse volume foi seis vezes menor, situando-se em torno de 3 toneladas.

Destaca-se, também, que os supermercados apresentaram uma tendência mais acentuada de manusear carne bovina de qualidade superior. Além de não se encontrar através da pesquisa, a existência de carne

(12) Ao nível do varejo, os cortes oriundos dos quartos traseiros da carcaça bovina compreendem o "coxão duro", o "coxão mole", o "patinho", o "lagarto", o "contra-filé", o "filé-mignon", a "alcatra" e a "aba de filé", nas designações comuns

(13) Provém do quarto dianteiro de bovino os seguintes cortes de carne: "centro" e "aba da paleta", "acém" e "peito", que são considerados de segunda qualidade.

QUADRO 8. — Porcentagem dos Estabelecimentos Varejistas Comercializando os Vários Tipos de Carne e Outros Produtos, Distrito de São Paulo, 1970

Produto comercializado	Açougues e Casas de Carne		Supermercados	
	Porcentagem de estabelecimentos	Erro amostral	Porcentagem de estabelecimentos	Erro amostral
	(¹)	(%)	(²)	(%)
Carnes de bovinos	100,0	0,0	100,0	0,0
Carnes de suínos	96,7	1,0	100,0	0,0
Carnes de aves	58,2	4,4	96,0	2,8
Carnes diversas:				
ovinos	—	—	43,0	17,6
caprinos	—	—	31,0	23,0
coelhos	—	—	37,0	20,0
Sub-total	1,6	41,4	—	—
Outros produtos elaborados:				
embutidos	37,5	6,7	100,0	0,0
produtos curados e/ou defumados de suínos	18,1	10,9	100,0	0,0
pescado	8,9	16,5	100,0	0,0
ovos e/ou laticínios	14,5	12,5	100,0	0,0
produtos de mercearia em geral	8,0	18,0	100,0	0,0

(¹) Refere-se ao total de 2.432 unidades cadastrais.

(²) Refere-se ao total de 126 unidades cadastrais.

de vaca nos supermercados, verificou-se concomitantemente que 87% das suas vendas corresponderam aos quatros traseiros de boi, enquanto nos açougues essa proporção foi da ordem de 65%.

5.1.3 — Diversificação de produtos vendidos

Considerou-se também na análise, o nível de diversificação das vendas, encontrado nos estabelecimentos retalhistas estudados, principalmente, no que diz respeito aos açougues e casas de carne. Incluíram-se entre os produtos comercializados, além da carne "in natura", outros artigos elaborados, como: embutidos, produtos curados e/ou defumados de suínos, pescado, ovos e/ou laticínios e produtos de mercearia em geral.

A diversificação de vendas foi avaliada pelo cálculo porcentual dos estabelecimentos que comercializavam os referidos produtos (quadro 8).

Assim é que em praticamente 100% de ambos os tipos básicos de unidades varejistas, houve a comercialização de carne bovina e suína. Entre-

tanto, a venda de carne de aves foi encontrada em pouco mais da metade dos 2.432 açougues e casas de carne do cadastro. Os resultados indicaram, também, ser mínimo o número desses estabelecimentos que comercializavam carne de ovinos, caprinos e/ou coelhos, havendo restrições à expansão dos dados amostrais.

Nos açougues e casas de carne, os produtos como os embutidos, curados ou defumados de suínos, ovos e/ou laticínios, foram mais comumente comercializados que a carne de ovinos, caprinos e/ou coelhos. Destacou-se entre os produtos elaborados a importância relativa dos embutidos que foram comercializados em aproximadamente 37% desses estabelecimentos.

Em síntese, os açougues e casas de carne apresentaram uma visível tendência à especialização de suas atividades comerciais, dirigidas mais para o processamento e venda de carne "in natura" de bovinos e suínos, sendo ainda pouco numerosos os estabelecimentos que se dedicam à comercialização de outros produtos elaborados e demais espécies animais.

Em contraposição, a maioria dos departamentos de carne em supermercados é diversificada. Cerca de 96% colocaram à venda carne de aves, nas quais se incluíam desde o frango comum até o peru, pato e codorna, sendo significativo o número desses estabelecimentos que comercializam ovinos, caprinos e coelhos com respectivas proporções de 43, 33 e 37% do total cadastrado. Como decorrência do tipo de comércio que os supermercados praticam, são encontrados à venda em departamentos específicos, na totalidade dos casos, os demais produtos pesquisados.

5.2 — Práticas de Comercialização

O sistema de comercialização de produtos agrícolas é essencialmente dinâmico, tendendo a adaptar-se às novas exigências da demanda dos consumidores e às inovações tecnológicas na produção, na indústria e na distribuição.

O comércio varejista de carne, sendo feito na Cidade de São Paulo através de dois tipos de estabelecimentos diferenciados, apresenta práticas de comercialização distinta,

que refletem o atual estágio de seu desenvolvimento. Em relação a outros setores da distribuição de gêneros alimentícios, as práticas de comercialização de carnes exigidas pelo varejo são mais complexas e dificultosas.

De um lado, o produto, sendo altamente perecível, exige elevada rotação de estoques e correspondente necessidade de cuidados essenciais na manutenção de qualidade.

Por outro lado, a tendência geral do varejo de alimentos no sentido de transferir as operações de processamento, embalagem e transporte para níveis anteriores do mercado não se verifica no caso da distribuição de carnes "in natura".

As compras de carne ao nível do atacado correspondem ao produto semi-acabado, representado principalmente pelos quartos de carcaça bovina e meia carcaça suína. Em decorrência, a maioria dos varejistas, além de levar a efeito as vendas, devem "desmanchar" as peças, parcelando-as nos cortes exigidos pelo consumo final.

No caso das lojas de auto-serviço coexistem duas formas de venda: os cortes tradicionais a peso, segundo as preferências individuais do consumidor, e os cortes predeterminados, embalados, pesados e com preço marcado.

Mas em ambos os casos, o processamento para a transformação da carcaça animal em cortes do varejo é ainda predominantemente uma tarefa humana, na qual os instrumentos e equipamentos auxiliares não substituem o conhecimento e habilidade da pessoa que a realiza. A técnica utilizada pode constituir-se na chave do sucesso da firma, desde que quanto melhor o aproveitamento dos cortes, tanto maior será o rendimento obtido da carcaça e consequentemente as receitas auferidas nas vendas a varejo.

No presente estudo foram analisadas algumas das práticas de comercialização adotadas pela rede varejista de carne, que permitem avaliar o grau do seu desenvolvimento e as diferenças existentes entre os tipos de unidades comerciais consideradas.

5.2.1 — Práticas de compra

Na transferência da matéria-prima do abatedouro às unidades de distribuição varejista, existem duas formas principais de compra das carcaças animais: a aquisição direta do abatedouro e através de interferência do intermediário na operação. Em geral, utiliza-se um ou outro sistema e, em alguns casos, a forma combinada.

O intermediário caracteriza-se como um agente comissário atacadista, cuja função é distribuir as carcaças até as unidades varejistas, encarregando-se do transporte propriamente dito. Simultaneamente, faz a tarefa da cobrança do valor das quantidades entregues e do pagamento correspondente junto às firmas abatedouras.

A forma de compra mais comum adotada nos açougues e casas de carne foi com a participação do intermediário. Cerca de 62% dessas unidades a utilizam, sendo quase nulo o número de estabelecimentos registrando ambas as formas conjuntas. Em contraposição, 94% dos supermercados empregavam a forma direta de compra junto ao abatedouro (quadro 9).

QUADRO 9. — Formas de Compra da Carcaça Animal Adotadas pelos Estabelecimentos Varejistas de Carne, Distrito de São Paulo, 1970

Forma de compra	Açougues e Casas de Carne		Supermercados	
	Porcentagem dos estabelecimentos	Erro amostral	Porcentagem dos estabelecimentos	Erro amostral
	(¹)	(%)	(²)	(%)
Diretamente do abatedouro	34,2	6,9	93,7	4,0
Através de intermediários	62,2	3,8	6,3	60,1
Ambas as formas combinadas	3,6	28,1	—	—
Total de Estabelecimentos	100,0	—	100,0	—

(¹) Refere-se ao total de 2.432 unidades cadastrais.

(²) Refere-se ao total de 126 unidades cadastrais.

Paralelamente, verificou-se que a presença do intermediário nas compras das carcaças animais mostrou-se tanto mais acentuada quanto menor o volume bruto de carnes comercializadas pelos açougues e casas de carne, conforme indicam os dados da estrutura da cadeia varejista, discutidos na Parte II (¹⁴).

Assim, a utilização do agente atacadista e transportador parece estar associada à esca-

la de operação das firmas varejistas de carne. Torna-se preferível para as firmas abatedouras transacionar com um só elemento, que por si só represente um elevado poder de compra, do que manter um controle sistemático e freqüente exigido para a distribuição do produto até as pequenas unidades varejistas, dispersas por uma ampla zona urbana.

Como resultado, essas circunstâncias permitem aos

(¹⁴) Do total de 62% de açougues e casas de carne que declararam efetuar suas compras através de intermediário, a distribuição das unidades amostrais em relação a esta variável, segundo a respectiva escala de operação foi a que se segue:

até 2,9 oneladas mensais	99 estabelecimentos
de 3 até 5,9 toneladas mensais	67 estabelecimentos
acima de 6 toneladas mensais	23 estabelecimentos
Total — (Amostra)	189 estabelecimentos

agentes comissários usufruir uma posição quase "oligopolista" no mercado de venda das carcaças, dos quais as pequenas unidades varejistas dificilmente têm condições de se libertar.

Portanto, tudo indica que enquanto perdurar essa característica da comercialização varejista de carnes, a presença do intermediário será constante para manter em funcionamento o sistema de distri-

buição da carcaça até as unidades varejistas.

O prazo de pagamento adotado pelos abatedouros para receber a contrapartida monetária das compras efetuadas foi consideravelmente reduzido. Tanto em açougues e casas de carne como nos supermercados, o pagamento das peças recebidas foi preponderantemente realizado num prazo não superior a uma semana (quadro 10).

QUADRO 10. — Prazos Verificados para o Pagamento da Carcaça Animal Adquirida pelos Estabelecimentos Varejistas de Carne, Distrito de São Paulo, 1970

Prazo de pagamento	Açougues e Casas de Carne		Supermercados	
	Porcentagem dos estabelecimentos	Erro amostral	Porcentagem dos estabelecimentos	Erro amostral
	(¹)	(%)	(²)	(%)
No ato da entrega	23,3	8,9	34,4	21,4
Até uma semana	73,4	3,1	65,6	11,2
Prazo maior de uma semana	3,3	29,6	6,2	60,1

(¹) Refere-se ao total de 2.432 unidades cadastrais.

(²) Refere-se ao total de 126 unidades cadastrais.

Observou-se que cerca de 23% dos açougues efetuaram o pagamento no ato da entrega da mercadoria, enquanto uma maior proporção relativa de supermercados, 34%, se utilizou dessa forma de pagamento. Apresentou-se sem significação para o total desses estabelecimentos cadastrais a

existência de prazo de pagamento superior a uma semana.

Cabe considerar também que praticamente inexitem a escolha e a inspeção das carcaças pelos varejistas antes do recebimento. Os intermediários entregando o produto diretamente nas unidades de va-

rejo são os responsáveis pela escolha seletiva de uma mercadoria que não possui padronização.

Além disso, dados indicativos da existência da balança de carcaça nas lojas, o que permite o controle do peso das peças recebidas pelo varejista, somente foram encontradas em 54% dos açougues e casas de carne (15).

Em supermercados, cuja compra direta ao abatedouro foi feita em maiores proporções, cerca de 78% registraram a presença da balança de car-

caça. Houve casos em que esse controle era realizado fora da loja porque existia um armazém central de carnes encarregado de preparar as peças recebidas e distribuí-las até as unidades da cadeia. Adicionando-se essa porcentagem aos dados anteriores, pode-se dizer que o controle de peso das carcaças entregues em supermercados se elevaria a 90% dos casos.

Quanto ao período do dia reservado para entrega das carnes, notou-se que nos açougues e casas de carne foi dada preferência à noite. Prática-

QUADRO 11. — Período de Recebimento da Carcaça Animal nos Estabelecimentos Varejistas de Carne, Distrito de São Paulo, 1970

Período do recebimento	Açougues e Casas de Carne		Supermercados	
	Porcentagem dos estabelecimentos	Erro amostral	Porcentagem dos estabelecimentos	Erro amostral
	(1)	(%)	(2)	(%)
Manhã	23,4	9,7	21,9	29,3
Tarde	7,6	19,0	18,8	32,3
Noite	47,0	5,7	28,1	24,8
Sem horário fixo	22,0	9,5	31,2	23,0
Total de Estabelecimentos	100,0	—	100,0	—

(1) Refere-se ao total de 2.432 unidades cadastrais.

(2) Refere-se ao total de 126 unidades cadastrais.

(15) Esses dados são apresentados no item 5.3.4., quadro 20.

mente, em metade deles, a entrega da carcaça realizou-se no período noturno e a menor frequência relativa registrou-se à tarde (quadro 11).

Provavelmente, encontrou-se esta proporção pelas facilidades aparentes oferecidas no período noturno para o estacionamento do veículo transportador e pela possibilidade do empresário ou responsável controlar a mercadoria recebida sem prejudicar o movimento das vendas

Maior número de supermercados, 31%, não declarou ter um horário fixo predominante para entrega das carcaças, o que demonstra a possibilidade de a operação ser fiscalizada e realizada concomitantemente às vendas, face à disponibilidade de pessoal.

5.2.2 — Práticas de venda

O auto-serviço se destaca como uma prática de venda que diferencia os supermercados dos açougues e casas de carne. No departamento de carnes

dos supermercados o produto é oferecido à venda sob duas formas principais e simultâneas, ou seja, pré-embalados e acondicionados e através do sistema tradicional, segundo a preferência específica do consumidor por cortes convencionais da carcaça animal (16). Nos açougues predominaram as vendas pelo processo tradicional e individualizado.

Além do sistema de vendas propriamente dito, procurou-se analisar a prestação de serviços associados às mesmas, que pudessem diferenciar os estabelecimentos.

Os supermercados para o tipo de clientela que servem, além da diversidade de produtos vendidos num mesmo local, podem oferecer serviços extras de estacionamento, ar condicionado, música na área de vendas, ônibus para transporte e, às vezes, parque para entretenimento das crianças. Os açougues, com uma distribuição geográfica cobrindo todos os subdistritos da Capital, fornecem, principalmente, a facilidade da localização.

(16) No levantamento dos supermercados de grandes cadeias verificou-se a tendência de apresentar à venda maiores quantidades de carne através do auto-serviço e a introdução simultânea de cortes não convencionais, com o objetivo de reduzir ao mínimo as perdas pela "desossa" da carcaça animal.

QUADRO 12. — Serviço de Entrega ao Domicílio do Cliente Fornecido pelos Estabelecimentos Varejistas de Carne, Distrito de São Paulo, 1970

Forma de entrega da carne	Açougues e Casas de Carne		Supermercados	
	Porcentagem dos estabelecimentos	Erro amostral	Porcentagem dos estabelecimentos	Erro amostral
	(¹)	(%)	(²)	(%)
Com entrega à domicílio	14,8	10,8	18,7	32,3
Com veículo				
Bicicleta	8,2	—	—	—
Automóvel	2,3	—	—	—
Sem veículo	4,3	—	18,7	—
Sem entrega à domicílio	85,2	1,9	81,3	7,4
Total de				
Estabelecimentos	100,0	—	100,0	—

(¹) Refere-se ao total de 2.432 unidades cadastrais.

(²) Refere-se ao total de 126 unidades cadastrais.

A análise das entregas a domicílio mostrou que tanto os açougues e casas de carne como os supermercados, em alta proporção de casos, 85 e 81%, respectivamente, não prestam esse tipo de serviço (quadro 12).

Os primeiros, quando realizavam a entrega a domicílio, faziam usando veículo, predominantemente à bicicleta. Em 2% dos casos encontrados na amostra, verificaram-se entregas através de automóvel (veículo do proprietário ou táxi),

quando se tratava de fornecer a carne até compradores institucionais como restaurantes, bares, hotéis e outros.

Verificou-se que cerca de 18% dos supermercados forneciam o serviço de entrega a domicílio, no qual a carne entre outros produtos poderia estar incluída. Esse serviço foi prestado predominantemente sem o auxílio de veículos, o que indica ser a entrega realizada até locais próximos do estabelecimento.

A entrega a domicílio do comprador sempre foi considerada como básica para a existência dos açougues em confronto com as lojas de maior escala de vendas. Entretanto, de acordo com o verificado, a prática citada não é das mais importantes na fixação da clientela ao "açougue da esquina".

Por outro lado, o fornecimento de crédito ao consumidor final através do sistema de caderneta em conta corrente não se incluiu entre as práticas complementares às vendas que diferenciaram os dois tipos de unidades varejistas de carne. Normalmente, os açougues e casas de carne não possuem condições de adotar essa prática na medida em que, também, não dispõem de crédito para suas compras ao nível do atacado, conforme o salientado no item 5.2.1, quadro 10.

Pelo exposto, pode-se concluir que não são estas as práticas de comercialização diferenciais que podem estar explicando a preferência do consumidor ainda existente pelas compras nos açougues e casas de carne (17).

Outra importante prática de venda é aquela que se refere ao total de horas por semana dedicadas às vendas (quadro 13).

Como seria de se esperar, houve diferenças entre os dois tipos de estabelecimentos. Os supermercados operaram num horário semanal mais dilatado, verificando-se que, em média, estão abertos ao atendimento do cliente 13 horas a mais que os açougues e casas de carne (18).

Esse fato tem implicações sobre a utilização dos recursos

(17) Também o fator preço não parece ser de importância fundamental para determinar a significativa participação dos açougues e casas de carne no mercado varejista. Verificou-se em JUNQUEIRA et alii (5) que o preço da carne bovina, principal item comercializado, foi entre os supermercados estatisticamente, ao nível de 1% de probabilidade, diferente e inferior ao registrado nos açougues.

(18) Normalmente, os açougues e casas de carne ficam abertos ao público de segunda a sábado, durante os períodos matutino e vespertino com intervalo de almoço, e, no domingo, durante a parte da manhã. Em contraposição, os supermercados oferecem horário contínuo de vendas, de segunda a sábado, que geralmente se estende até 22 horas, permanecendo também abertos aos domingos no período da manhã e/ou da tarde.

QUADRO 13. — Horas por Semana de Atendimento ao Público nos Estabelecimentos Varejistas de Carne, Distrito de São Paulo, 1970

Estabelecimento	Média de horas por semana	Erro amostral (%)
Açougues e casas de carne	62	0,8
Supermercados	75	2,2

empregados na distribuição varejista de carne, tanto em relação à produtividade da mão-de-obra como no volume vendido por unidade de área e outros indicadores, com naturais reflexos nos custos operacionais desses estabelecimentos comerciais.

5.3 — Características Organizacionais dos Estabelecimentos Varejistas

Reuniram-se as características organizacionais dos estabelecimentos varejistas de carne em torno dos fatores básicos de operação — administração, mão-de-obra, prédio, equipamentos e instalações —, de forma a possibilitar uma abordagem inicial à análise dos componentes de custo e dos respectivos níveis de produtividade nessas unidades comerciais.

5.3.1 — Administração

Destacaram-se, como aspectos relevantes da administração do negócio, a forma jurídica de propriedade comercial dos estabelecimentos, a integração horizontal das lojas e outras características mais ligadas à figura do empresário, no que diz respeito ao desempenho das funções específicas de comercialização de carnes e seu grau de dependência econômica à atividade.

A pesquisa com relação à forma jurídica de propriedade dos açougues e casas de carne indicou que cerca de 83% são de um único proprietário. A forma societária de propriedade foi encontrada num pequeno número de empresas, cerca de 12%, principalmente sob a forma de Sociedade Limitada. Esta existia, geralmente, quando havia laços de parentesco entre os responsáveis,

QUADRO 14. — Forma Jurídica de Propriedade e Integração Horizontal dos Açougues e Casas de Carne,
Distrito de São Paulo, 1970

Forma jurídica de propriedade	Porcentagem de estabelecimentos (¹)	Erro amostral (%)	Outros estabelecimentos no mesmo ramo	Porcentagem de estabelecimentos (¹)	Erro amostral (%)
Individual	83,2	2,3	nenhum	83,6	2,3
Arrendado	4,0	25,1	outros:	16,4	11,9
Em sociedade:			um	9,2	—
Sociedade Limitada	12,5	13,6	dois	4,0	—
Sociedade Anônima	0,3	93,1	três ou mais	3,2	—
Total de Estabelecimentos	100,0	—	Total de Estabelecimentos	100,0	—

(¹) Refere-se ao total de 2.432 unidades cadastrais.

caracterizando-se, assim, esse estabelecimento comercial como uma propriedade familiar constituída sob a forma jurídica de sociedade. Encontrou-se ainda pequeno número de estabelecimentos que eram explorados por arrendatários (quadro 14).

Como decorrência do citado no parágrafo anterior, a existência de outros estabelecimentos de propriedade do mesmo empresário mostrou-se altamente correlacionada com a forma jurídica dessa propriedade. Assim, cerca de 84% dos estabelecimentos cadastrados constituíam-se em unidades isoladas. No restante número, predominou a existência de apenas um estabelecimento a mais de mesma propriedade, demonstrando haver um reduzido grau de integração horizontal nos açougues e casas de carne (quadro 14).

O estudo revelou também o destacado papel que o empresário-açougueiro desempenha na comercialização de carnes a varejo, através da gerência geral do negócio, da preparação e manuseio do produto para o consumo final e da venda

propriamente dita. Essas funções ele pode exercer sozinho ou com auxílio de outrem ⁽¹⁹⁾.

Em 87% dos açougues e casas de carne foi encontrada a presença do empresário exercendo diretamente todas essas atividades comerciais do ramo. Deve-se ainda destacar que de seu trabalho e conhecimento das práticas de comercialização exigidas pela venda de carne a varejo provém o seu sustento e de sua família, desde que, em 75% dos casos, os empresários declaram depender exclusivamente da renda obtida nas atividades exercidas em açougues e casas de carne de sua propriedade (quadro 15).

Em síntese, os resultados do levantamento indicaram que a administração dos açougues e casas de carne cadastrados na Cidade de São Paulo encontrou-se em mãos de um empresário tipicamente caracterizado como único proprietário do negócio, que, desempenhando simultaneamente todas as funções comerciais necessárias ao funcionamento do estabelecimento, não possui mais unidades varejistas no

(19) Maiores detalhes sobre a composição da mão-de-obra utilizada nos açougues e casas de carnes são apresentadas no item 5.3.2.

QUADRO 15. — Presença do Empresário nos Açougues e Casas de Carne e a Existência de Outras Fontes de Renda, Distrito de São Paulo, 1970

Presença do empresário	Porcentagem de estabelecimentos (¹)	Erro amostral (%)	Outras fontes de renda	Porcentagem de estabelecimentos (¹)	Erro amostral (%)
Sim	87,5	2,0	Sim	24,7	9,4
Não	12,5	14,0	Não	75,3	3,1
Total de estabelecimentos	100,0	—	Total de estabelecimentos	100,0	—

(¹) Refere-se ao total de 2.432 unidades cadastrais.

mesmo ramo de atividade ou outras fontes de renda complementares.

Em contraposição, os supermercados, nos quais se inclui o departamento de carnes, apresentaram evidências de características administrativas bem distintas daquelas dos açougues e casas de carne.

Verificou-se que apenas 16% dos supermercados eram unidades isoladas, enquanto o número restante pertencia a pequenas ou grandes cadeias de lojas sob única administração, demonstrando uma acentuada tendência à concentração horizontal (quadro 16).

A forma jurídica de propriedade mais comum desses estabelecimentos foi a societária. Cerca de 87% dos supermercados organizavam-se sob essa forma, sendo que as 34 Sociedades Limitadas representavam uma proporção de 34% e as Sociedades Anônimas 53%. Só no caso das unidades isoladas que foram encontrados supermercados com um único proprietário (quadro 16).

Através desses resultados, torna-se possível inferir que o supermercado típico que comercializa carnes a varejo na Cidade de São Paulo tem, na maioria, lojas em cadeia com uma administração centraliza-

QUADRO 16. — Forma Jurídica de Propriedade e Tamanho da Cadeia de Lojas dos Supermercados,
Distrito de São Paulo, 1970

Forma jurídica de propriedade	Porcentagem	Erro	Tamanho	Porcentagem	Erro
	de estabelecimentos (¹)	amostral (%)	da cadeia	de estabelecimentos (¹)	amostral (%)
Individual	12,5	41,0	Isoladas	15,6	36,0
Em sociedade:	87,5	—	Em cadeia:	84,4	6,7
Sociedade Limitada	34,4	21,4	Pequenas cadeias (²)	46,9	—
Sociedade Anônima	53,1	14,6	Grandes cadeias (³)	37,5	—
Total de			Total de		
Estabelecimentos	100,0	—	Estabelecimentos	100,0	—

(¹) Refere-se ao total de 126 unidades cadastrais.

(²) Refere-se a cadeia de lojas de 2 até 10 unidades.

(³) Refere-se a cadeia de lojas de 15, 18 e 55 unidades.

da e está organizado juridicamente sob a forma societária com predominância da Sociedade Anônima sobre a Sociedade Limitada.

5.3.2 — Mão-de-obra

A mão-de-obra utilizada em estabelecimentos varejistas de carne no desempenho das funções de comercialização específicas compõe-se, para fins de análise, em três grupos básicos. Incluiu-se, em um grupo, a mão-de-obra constituída pelo próprio empresário; em outro, os membros da família do empresário; e, finalmente, em um último, a mão-de-obra não familiar.

Essa diferenciação é importante na medida que a mão-de-obra sendo composta do empresário e/ou membros de sua família não representa um efetivo dispêndio monetário da unidade comercial. Embo-

ra se constitua num custo implícito da empresa, essas circunstâncias podem estar favorecendo aos estabelecimentos varejistas a permanência no mercado com reduzida escala de operação (20).

Estimou-se, para o total de açougues e casas de carne cadastrados, um número de 4.597 pessoas ocupadas. Aproximadamente, existem desempenhando as várias funções, cerca de 2.127 empresários, quase um por estabelecimento e 936 pessoas, ligadas por laços familiares ao empresário (quadro 17).

Determinou-se que dois terços da mão-de-obra empregada na distribuição de carnes pelos açougues e casas de carne era familiar, composta do empresário e seus parentes. O restante, cerca de 1.534 pessoas, se caracterizou como mão-de-obra não familiar.

(20) Os resultados da amostra parecem indicar uma relação inversa entre o volume bruto de carnes manuseadas pelos açougues e casas de carne e a presença de mão-de-obra de parentes do empresário. De 36% das unidades amostrais onde se verificou essa mão-de-obra familiar, a distribuição da variável, segundo o tamanho do estabelecimento, foi:

até 2,9 toneladas mensais	50 estabelecimentos
de 3 até 5,9 toneladas mensais	44 estabelecimentos
acima de 6 toneladas mensais	16 estabelecimentos
Total (amostra)	110 estabelecimentos

Essa tendência também foi encontrada por FARSTAD et alii (2) nos estabelecimentos retalhistas da Zona Central Norte dos Estados Unidos.

QUADRO 17. — Composição da Mão-de-Obra Empregada nos Açougues, Casas de Carne e Departamentos de Carnes em Supermercados, Distrito de São Paulo, 1970

Composição da mão-de-obra	Açougues e Casas de Carne				Supermercados			
	Estimativa do número de pessoas ocupadas	Erro amostral (%)	Distribuição porcentual	Média de pessoas ocupadas por estabelecimento	Estimativa do número de pessoas ocupadas	Erro amostral (%)	Distribuição porcentual	Média de pessoas ocupadas por estabelecimento
	(¹)	(%)			(²)	(%)		
Empresário	2.127	2,0	46,3	0,87	—	—	—	—
Mão-de-obra familiar	936	7,2	20,4	0,38	4	86,4	0,8	0,03
Mão-de-obra não familiar	1.534	8,7	33,3	0,63	512	10,6	99,2	4,06
Total de Pessoas	4.597	—	100,0	1,88	516	—	100,0	4,09

(¹) Refere-se ao total de 2.432 unidades cadastrais.

(²) Refere-se ao total de 126 unidades cadastrais.

Em termos médios, existem ocupadas nos açougues e casas de carne cerca de 2 pessoas por estabelecimento, sendo que desse total uma pelo menos correspondia a mão-de-obra familiar.

Através desses resultados, notou-se que o principal elemento no desempenho das funções de comercialização de carnes a varejo nos açougues e casas de carne foi o próprio empresário. Dados da amostra indicaram ainda que em 35% dos casos o empresário permanecia sozinho no estabelecimento, e, em 53%, atuava com a colaboração de membros de sua família ou empregados.

Em contraposição, a mão-de-obra ocupada no departamento de carne dos supermercados esteve composta de empregados remunerados. Estimou-se para a população cadastrada que o número de empregados encarregados da comercialização de carnes se situou em torno de 516 pessoas, sendo que a presença de membros da família do empresário constituiu-se um fato isolado (quadro 17).

Para manusear um maior volume bruto de carnes, o número médio de empregados

por departamento de carnes em supermercados foi igual a 4, equivalente ao dobro de pessoas existentes nos açougues e casas de carne.

5.3.3 — Prédio

Descrevem-se neste item algumas características do prédio onde se localizam os estabelecimentos varejistas de carne, destacando-se aquelas que dizem respeito à forma de propriedade encontrada, à área média ocupada e sua divisão entre as dependências existentes.

Forma de propriedade

Tanto em açougues e casas de carne como nos supermercados, houve uma acentuada tendência de se alugar de terceiros o prédio utilizado. A preferência demonstrada pelo aluguel do prédio parece indicar a necessidade dos retalhistas em reduzir ao mínimo a imobilização de capital, mesmo em se tratando de supermercados que por suas características exigem consideráveis recursos e adaptação do prédio ocupado. A proporção de unidades instaladas em prédios alugados foi aproximadamente semelhante para os dois tipos de estabelecimentos considerados, situando-se em torno de 80% (quadro 18).

Por outro lado, o prédio alugado pode ser um dos fatores que torna possível certa mobilidade de operação das unidades varejistas, principalmente entre os açougues e casas de carne ⁽²¹⁾.

Divisão da área do prédio ocupado

As dependências existentes nos estabelecimentos varejistas de carne compreendem: o local de venda propriamente dito, a sala reservada ao “desmanchamento” das carcaças animais e a área ocupada com as câmaras frias (quadro 19).

Em açougues e casas de carne, a área média do prédio se situou em torno de 47 m², havendo uma predominante tendência de ocupar essa área sem divisão de compartimentos destinados especificamente às operações de manuseio e de venda das carnes. A área destinada às vendas englobava as demais atividades de comercialização, sendo que a existência de sala separada especialmente dedicada à “desossa” da carcaça foi constatada apenas em 11% dessas unidades varejistas e cerca de 17% contavam com áreas destinadas às câmaras frias.

QUADRO 18. — Propriedade do Prédio Ocupado pelos Estabelecimentos Varejistas de Carne, Distrito de São Paulo, 1970

Propriedade do prédio	Açougues e Casas de Carne		Supermercados	
	Porcentagem dos estabelecimentos (¹)	Erro amostral (%)	Porcentagem dos estabelecimentos (²)	Erro amostral (%)
Prédio próprio	17,8	11,5	18,7	32,3
Prédio alugado	82,2	2,4	81,3	7,4
Total de Estabelecimentos	100,0	—	100,0	—

(¹) Refere-se ao total de 2.432 unidades cadastrais.

(²) Refere-se ao total de 126 unidades cadastrais.

(²¹) Constituiu-se um indicador o fato de que, mesmo com um cadastro recente de açougues e casas de carne, houve perda de informações na amostra, principalmente devido ao encerramento de atividade da unidade sorteada, conforme o destacado no item 3.4.1.

QUADRO 19. — Dependências dos Estabelecimentos Varejistas de Carne, Distrito de São Paulo, 1970

Dependência	Açougues e Casas de Carne				Supermercados			
	Porcentagem de estabelecimentos	Área média (m ² /estabelecimento)	Área total estimada (m ²)	Erro amostral (%)	Porcentagem de estabelecimentos	Área média (m ² /estabelecimento)	Área total estimada (m ²)	Erro amostral (%)
	(¹)	(²)	(m ²)	(%)	(²)	(²)	(m ²)	(%)
Local de venda	100,0	43,2	105.062,4	3,1	100,0	35,7	4.499,5	16,3
Sala de desossa	10,0	2,8	6.833,9	17,3	78,1	16,8	2.118,1	16,1
Câmaras frias	17,1	1,4	3.429,1	14,1	62,5	11,0	1.381,0	19,4
Total	—	47,4	115.325,4	—	—	63,5	7.998,6	—

(¹) Refere-se ao total de 2.432 unidades cadastrais.

(¹) Refere-se ao total de 126 unidades cadastrais.

(²) A área média foi obtida através do quociente entre a soma da área ocupada com tais dependências e o total de estabelecimentos com ou sem as dependências referidas.

Em contraposição, o departamento de carnes dos supermercados, ocupando 63 m², em média, tende a apresentar o local de venda separado das demais dependências, sendo que a proporção de unidades possuindo sala isolada para a “desossa” foi igual a 78%. Os departamentos de carne que contavam com câmaras frias alcançaram 62%, cuja área média foi da ordem de 11 m².

A área média do local de venda encontrada entre os açougues e casas de carne apresentou-se superior àquela verificada no departamento de carnes dos supermercados, em cerca de 7 m². Entretanto, a área média do departamento de carnes de supermercados correspondente às câmaras frias e à sala de “desossa” da carcaça foi consideravelmente maior.

Em consequência, a área total média do prédio dos açougues e casas de carne foi inferior em 16 m², comparativamente ao departamento de carnes dos supermercados, não se apresentando também dividida em dependências exclusivas destinadas às funções de “desossa” e frigorificação.

5.3.4 — Equipamentos e instalações

Os equipamentos e instalações encontrados nos estabelecimentos varejistas de carne compreendem aqueles que se destinam às funções de frigorificação e aqueles utilizados no manuseio e na comercialização das carnes, além de outros de uso suplementar.

A operação de frigorificação é realizada nessas unidades através das câmaras frias de refrigeração e/ou congelamento, dos refrigeradores industriais e/ou dos próprios balcões de venda com instalações de frio.

Os equipamentos e instalações necessários ao desempenho das funções de manuseio das carnes, geralmente, incluem as máquinas de moer e amaciar carnes, o cepo, a serra elétrica, o cortador de frios, o trilhamento existente dentro e fora das câmaras frias e/ou o instrumental e utensílios típicos, como: bandejas e baldes, facas, cutelos, fuzis, martelos, serrotes, ganchos, carretilhas, termômetros e outros.

Os demais equipamentos e instalações relacionados mais diretamente com as operações de comercialização e aqueles

de uso complementar compreendem: as balanças de balcão e de carcaças, as máquinas registradora e de cálculo, o luminoso ou cartaz externo ao prédio, os toldos e/ou cortinas de lona e os móveis, tais como: mesas, armários, bancos, estrados, cadeiras e/ou cofres existentes no recinto do estabelecimento.

Equipamentos e instalações de frigorificação

A função de frigorificação tem importância fundamental na operação de distribuição das carnes a varejo, revestindo-se de características específicas, de acordo com os dois tipos de unidades comerciais consideradas no estudo.

Basicamente, a frigorificação do produto no departamento de carne dos supermercados tende a ser realizada em câmaras frias, enquanto nos açougues e casas de carne essa função é exercida através do uso de refrigeradores industriais e do próprio balcão de venda com instalações de frio.

Assim, 88% dos açougues e casas de carne da amostra dispunham de refrigeradores, 99% de balcões frigoríficos, sendo que apenas 17% conta-

vam com a presença de câmaras de refrigeração e menos de 1% possuíam instalações de congelamento complementares (quadro 20).

Em contraposição, 62% dos supermercados da amostra possuíam câmaras destinadas exclusivamente ao armazenamento refrigerado das carnes comercializadas e 37% tinham, também, instalações para congelamento, enquanto que a existência de refrigeradores do tipo industrial foi notada em metade desses estabelecimentos (quadro 20).

Nota-se que a frigorificação de carnes nos açougues e casas de carne ficou reduzida a um mínimo necessário, suficiente para manter o produto até a venda, sem deteriorar. A tendência verificada indicou que a pequena escala de operação dessas unidades varejistas, não comportando uma grande capacidade de armazenamento de carnes através de câmaras frias, não torna econômico o investimento de capital nesse tipo de instalações, ao contrário do que aconteceu entre os supermercados.

As câmaras de refrigeração, encontradas nos açougues e casas de carne, possuíam uma

QUADRO 20. — Equipamentos e Instalações Existentes nos Estabelecimentos Varejistas de Carne, Distrito de São Paulo, 1970

Equipamento e instalação	Açougues e Casas de Carne	Supermercados
	Porcentagem de estabelecimentos	Porcentagem de estabelecimentos
	(¹)	(²)
Refrigerador	88,2	50,0
Balcão frigorífico	98,7	100,0
Cepo de madeira	96,0	78,1
Balança de balcão	100,0	100,0
Balança de carcaças	54,3	78,1
Máquina de moer carne	98,7	100,0
Amaciador de carne	5,3	53,1
Máquina registradora	55,6	100,0
Máquina de cálculo	3,6	100,0
Serra elétrica	0,7	23,1
Luminoso ou cartaz externo	47,0	100,0
Toldo ou cortina	70,0	100,0
Congelador de peixes	12,2	100,0
Cortador de frios	1,6	100,0
Cofre	6,3	100,0
Instrumental e utensílios, tri- lhamento e móveis	100,0	100,0
Câmara de refrigeração	17,1	62,5
Câmara de congelação	0,7	37,5

(¹) Refere-se ao total de 304 unidades amostrais.

(²) Refere-se ao total de 32 unidades amostrais.

capacidade média situada ao redor de 2 toneladas, sendo que a estimativa da capacidade estática de refrigeração para o total de estabelecimentos cadastrados foi da ordem de 883 toneladas. A correspondente dimensão média alcançou 21m^3 por câmara de refrigeração instalada, resultando uma estimativa total de 8.733m^3 . Devido à grande amplitude de variação encontrada para os dados relativos às câmaras de congelamento nos açougues e casas de carne, os resultados da expansão sofreram restrições (quadro 21).

Nos supermercados, que manuseiam considerável volume bruto de carne, as câmaras instaladas proporcionam estocagem frigorificada para maiores quantidades comparativamente aos açougues e casas de carne.

As câmaras de refrigeração do departamento de carnes dos supermercados registraram uma capacidade média de 5 toneladas por câmara, que correspondeu a mais do dobro daquela encontrada entre açougues e casas de carne. Também, a tonelagem média passível de congelamento nesses estabelecimentos alcançou aproximadamente 5 toneladas

por câmara. As correspondentes dimensões médias das câmaras de refrigeração e congelamento foram iguais respectivamente a 53m^3 e 18m^3 por câmara instalada (quadro 21).

Dévido ao menor número proporcional de supermercados, a capacidade estática total das câmaras de refrigeração aproximou-se de 383 toneladas o que representou 43% daquela estimada para os açougues e casas de carne do cadastro. Ao mesmo tempo, a correspondente estimativa da dimensão total das câmaras de refrigeração de carnes nos supermercados, igual a 4.150m^3 , atingiu metade da estimativa para os açougues e casas de carne, embora a sua dimensão média fosse superior àquela em 32m^3 .

Demais equipamentos e instalações

Os demais equipamentos e instalações utilizados nas funções de manuseio das carnes nos supermercados superam qualitativa e quantitativamente os existentes nos açougues e casas de carne.

Nessas unidades de pequeno varejo, os equipamentos e instalações típicos compreendiam

QUADRO 21. — Capacidade e Dimensão Total e Média das Câmaras Frias nos Estabelecimentos Varejistas de Carne, Distrito de São Paulo, 1970

Capacidade e dimensão	Açougues e Casas de Carne		Supermercados	
	Câmara de refrigeração	Câmara de congelação	Câmara de refrigeração	Câmara de congelação
Capacidade média (t/câmara existente) (1)	2,1	3,0	4,9	4,8
Capacidade total estimada (t)	882,8	48,6	382,7	114,6
Erro amostral da capacidade				
total estimada (%)	13,9	91,3	18,5	40,0
Dimensão média (m ³ /câmara existente) (1)	21,0	13,0	52,7	18,5
Dimensão total estimada (m ³)	8.733	192	4.150	437
Erro amostral da dimensão				
total estimada (%)	14,3	89,1	19,0	37,2

(1) A média foi obtida através do quociente entre somatória de toneladas ou metros cúbicos e o total daqueles estabelecimentos com câmara fria.

aqueles estritamente necessários, tais como: cepo, balança de balcão, máquina de moer carne, instrumental e utensílios, trilhamento e alguns móveis, itens esses encontrados em quase 100% dos casos. Metade dos estabelecimentos possuíam balanças para carcaças com capacidade de pesagem até 300 quilos, máquinas registradoras, luminoso ou cartaz e/ou toldo ou cortina. Numa proporção bem reduzida dispuseram também de cortador de frios, máquina de cálculo, serra elétrica, amaciador de carne, congelador de peixes e cofre (quadro 20).

O número de departamento de carnes em supermercados, contando com os referidos equipamentos e instalações, foi proporcionalmente maior que nos açougues e casas de carne. Somente com referência ao cepo e aos refrigeradores tal fato não se verificou, face à substituição por câmaras frias e equipamento tecnologicamente mais evoluído.

Os equipamentos e instalações existentes nos açougues,

mas não exclusivos do departamento de carnes dos supermercados, tais como máquinas registradora e de cálculo, luminoso e/ou cartaz, congelador de peixes, cortador de frios e cofre, apresentaram-se nas dependências gerais dos supermercados em 100% dos casos (22).

Resta ainda destacar que os equipamentos e instalações existentes no departamento de carnes dos supermercados possuíam uma superioridade também qualitativa, em comparação aos açougues e casa de carne, indicada pelo valor superior atribuído aos mesmos (23).

6 — CONCLUSÃO

A distribuição de carnes “in natura” no varejo na Cidade de São Paulo é feita primordialmente através dos açougues e casas de carne, que são unidades especializadas de administração tipicamente familiar, que comercializam um volume médio de carnes por

(22) Cabe destacar que, para fins de análise, os referidos equipamentos e instalações foram incluídos no investimento fixo do departamento de carnes, com um valor proporcionalmente igual à participação do setor de carnes nas vendas totais dos supermercados.

(23) Apresentar-se-ão os valores atribuídos aos equipamentos e instalações na segunda parte deste trabalho.

mês ao redor de 4 toneladas, das quais a carne bovina responde pela maior parcela.

As vendas de carne a varejo são realizadas através dos cortes tradicionais a peso, segundo as preferências individuais do consumidor e para a aquisição da carcaça ao nível do atacado os açougueiros preferivelmente se utilizaram de um intermediário comissário e transportador. Normalmente, os açougues não fornecem outro tipo de serviço complementar às vendas, a não ser a facilidade de localização, cobrindo uma ampla área geográfica da Capital.

A mão-de-obra utilizada para o desempenho de todas as atividades de comercialização nos açougues e casas de carne é fundamentalmente composta pelo próprio empresário e/ou membros da família, que têm neste trabalho a única fonte de renda. Geralmente, ocupam esses estabelecimentos comerciais prédios de pequena área, alugados, e os investimentos immobilizados em equi-

pamentos e instalações são baixos, reduzindo-se ao mínimo necessário para manter a unidade em operação. Também, não necessitam de capital de giro para aquisição das carcaças animais, pois as compras são financiadas pelas próprias vendas a varejo, em um prazo que não excede a uma semana.

Em síntese, os resultados da análise descritiva referentes à Parte I indicaram que o mercado varejista de carnes "in natura" na Cidade de São Paulo ainda se apresenta relativamente atomizado e cujo funcionamento repousa em sistema tradicional de comercialização.

Os supermercados, que se apresentam como resultante de novas concepções de comércio diversificado e em larga escala, detiveram através do departamento de carnes uma reduzida faixa do mercado, correspondente a uma quinta parte do volume bruto de carnes distribuídas no varejo.

LITERATURA CITADA

1. CARMO, Izairton M. do. Análise da comercialização da carne bovina no Estado de São Paulo. Piracicaba, ESALQ/USP, 1969. 87p. (Tese de M. S. não publicada).

2. FARSTAD, E. et alii. Retailing meat in North Central States. Lafayette, Indiana, Purdue Univ., 1955. 32p. (North Central Regional Publ., 55; Station Bull., 622)
3. JUNQUEIRA, Pêrsio de Carvalho et alii. Comercialização de produtos agrícolas no Estado de São Paulo. Agricultura em São Paulo, 15 (1/2):13-32. jan./fev. 1968.
4. JUNQUEIRA, Pêrsio de Carvalho & CANTO, Wilson Leite do. Cesta de mercado: margens totais de comercialização. Agricultura em São Paulo, 18 (9/10):1-46. set./out. 1971.
5. JUNQUEIRA, P. de C.; LAZZARINI, M. I.; CANTO, W. L. do. Análise comparativa de preços nos estabelecimentos varejistas da capital de São Paulo. Agricultura em São Paulo, 1972. (em publicação)
6. STILMAN, Meyer. O comércio varejista e os supermercados na cidade de São Paulo. São Paulo, USP, Fac. de Ciências Econômicas e Administrativas, 1963. 2v. (Boletim 35)