



Incerto amanhã

Texto: Liana John
Fotos: Renata Falzoni

A população dos bairros mais afastados em São Paulo, além de ter de “apertar os cintos” contra o custo de vida, torce pela sobrevivência de qualquer tipo de comércio varejista; tamanha a falta de infraestrutura.

Estação ferroviária de Artur Alvim, passagem obrigatória para quem se dirige a Itaquera, A.E. Carvalho, Guaianazes e adjacências, os bairros dormitórios da Zona Leste de São Paulo. Para quem sai do trem do subúrbio vivo e ileso, a Av. Águia de Haia se apresenta como uma ladeira enorme e semi-deserta, com alguns poucos estabelecimentos comerciais de um lado e de outro.

É ali, nos pequenos açougues, avícolas, mercearias e supermercadinhos que a população compra uma coisa ou outra para aquecer o estômago no jantar.

O maior movimento começa às 5 da tarde, na volta dos primeiros trabalhadores e só vai terminar lá pelas 21 horas, quando fecham os últimos estabelecimentos comerciais. ▶

O risco de roubos gerou acordos entre os concorrentes. Vários fecham na mesma hora e um serve de vigia para o outro.



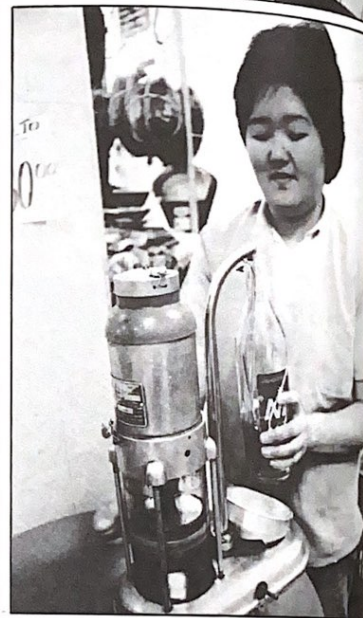
Cereais: de meio em meio quilo as vendas vão longe.

Existem as lojas que preferem perder esse tráfego da população que volta do trabalho e passa ali em direção aos subdistritos mais distantes fechando entre 17:30 e 18:00 horas. O motivo é justo: os assaltos frequentes levam todo o lucro adicional gerado pelo movimento de consumidores. E não havia ninguém que estivesse estabelecido naquela avenida por mais de um ano sem ter sido assaltado pelo menos duas vezes.

O risco de roubos gerou até acordos entre os concorrentes. Por estarem próximos, vários fecham na mesma hora e um serve de vigia para o outro, avisando a qualquer movimentação suspeita.

É interessante notar que até no tipo de mercadorias vendidas existe um acordo tácito entre eles. O açougue de Gilberto Rodrigues, por exemplo, não vende frango e a avícola de José Lourenço, do outro lado da avenida, não vende carne: só frango, linguiça e ovos. Eles sabem, ainda que intuitivamente, que o mercado não comporta uma concorrência predatória.

E ninguém anda assustado demais com a alta do custo de vida. Na região, o consumo por habitante sempre foi baixo, sempre se vendeu carne de segunda com farinha, arroz, feijão e macarrão. O resto é luxo para a população de menor renda familiar da cidade de São Paulo (conforme pesquisa de 1980 da Nozar & Associados).



Óleo a granel: um litro por preço mais acessível.

Conformados, os comerciantes vão se mantendo como podem, até não aguentar mais e passar o negócio adiante, como já fizeram tantos vizinhos; ou falir, como também não é nada raro por ali.

Comer é só no fim de semana

Mas não é porque os comerciantes já estão acostumados que os sintomas da recessão deixam de se fazer sentir na periferia de São Paulo. É nítida a redução que os consumidores vêm fazendo na compra de alimentos, em quantidade e qualidade.

"Quem há seis meses comprava meio quilo de mussarela, hoje se compra muito, compra 200 g", conta D. Maria Anunciada, dos Laticínios Uirapuru. "E quem comprava meio quilo de peito, hoje passou para 250 g de asa", complementa José Lourenço, da avícola vizinha.

O feijão e arroz já estão saindo em pacotinhos de meio quilo e o macarrão faz sucesso com qualquer 200 g. As placas mais atraentes para esses consumidores da periferia (depois das que levam a palavra grátis) são as que anunciam a venda a granel: bolachas soltas, cereais, macarrão de vários tipos. Até óleo de soja: no supermercado Vila Ré o cliente leva seu próprio litro e enche no tonel de óleo por um preço bem mais acessível.

Ah! e tem também a venda a granel de milho, ração e farelo para galinhas e leitões. "Esses produtos são o meu forte na seção de cereais e vendem mais do que feijão", garante o gerente da loja 2 do Vila Ré, Roberto Massaro Kano.

É um pouco como estar no interior, sentindo o cheirinho de uma galinha ao molho pardo no fogo. "Não tem nem comparação com os frangos de supermercado, que eu não compro e nem sei a que preço tão", diz uma consumidora, tida como a "torcedora de pescoços (de galinha, claro)" na região.

Essas "lambanças", que geralmente incluem as visitas familiares do fim de semana, são as responsáveis pelo pique de vendas da maioria dos estabelecimentos comerciais. No sábado começa o movimento intenso, que só vai terminar ao meio-dia do domingo (exceção feita aos supermercados).

E todo mundo trata de aproveitar a deixa. Nos Laticínios Uirapuru, por exemplo, são assados lombos, cupins, costelas, pernis e frangos, consumidos especialmente pelas pessoas que vão visitar parentes ali por perto e sempre levam um reforço para o almoço de domingo.

Também é no domingo que se vende mais produtos do Norte, como carne seca, dendê, etc. Sem contar as macarronadas, regadas a um pouco de cerveja e refrigerante. Quem olha de fora tem a impressão que na periferia só se come mesmo nos fim de semana,

o resto do tempo é trapaça com a bariga e cansaço do trabalho.

Fiado nem amanhã

Outro detalhe importante hoje no abastecimento da periferia é a delicada questão das cadernetas ou o famoso fiado. Há algum tempo, as mercearias mantinham seu público fiel na periferia por causa das cadernetas, mas hoje parece que já não é bem assim. Nem com os conhecidos truques para aumentar a conta do fiado a coisa está compensando.

Na verdade, a situação dos pequenos varejistas anda tão crítica que conceder fiado é perder capital de giro (já tão parco) e falir. Ao menos nos locais onde esteve nossa reportagem, os comerciantes declararam estar diminuindo as cadernetas em função das dificuldades de se manter no mercado.

Nos supermercados da região, por ironia da história, é que o fiado anda acontecendo. Já não é pequeno o número de supermercados que têm segurado os cheques até por vinte dias,

A situação dos pequenos varejistas é tão crítica que vender fiado é falir, por isso diminuem as cadernetas. Agora é o supermercado quem aceita o fiado para conquistar clientes.

Tenha um lucro do cão.



Dogui Filhote é o mais novo produto da categoria, especial para filhotes e que já contém leite. Em pacotes de 900 g, 1,65 kg, 3,40 kg e na embalagem econômica de 10,1 kg. **Cargill**

As mercearias e pequenas quitandas compram dos perueiros, atacadistas que percorrem a região vendendo a preços até 200% maiores do que os dos supermercados.



E se os "home" tira a banquinha do Antonio?

ou têm aceitado cartões de crédito, como uma forma de conquistar e conservar seus clientes.

Um sintoma paralelo dessa impossibilidade de se esticar o salário na compra de alimentos é a devolução de mercadorias no caixa. No supermercado Kamia, da Av. Maria Amália Lopes de Azevedo, no Tucuruvi, a devolução de produtos no caixa — efetuada quando o consumidor percebe que não tem dinheiro para tudo o que queria — é de tal ordem que o gerente da loja, Wanderley Tezelle, acionou um esquema especial para tornar mais fácil o trabalho das caixas.

Eles criaram uma notinha fiscal, que deve ser preenchida cada vez que a mercadoria for devolvida depois de ser registrada. Se o consumidor voltar para buscar o resto das compras a notinha é rasgada; se ele não volta depois do fechamento do caixa é que se computam as devoluções.

No Supermercado Vila Ré, em A. E. Carvalho, os fregueses já estão mais escolados: eles vão passando as compras mais importantes primeiro e pedindo o subtotal à caixa. Quando chegar à quantia que eles têm no bolso mandam parar e devolvem os "superfluos".



Frango caipira, melhor e mais em conta do que no supermercado.

"Não belisque o bacalhau"

Um costume de brasileiro, bastante acentuado nas lojas de auto-serviço da periferia, é a "degustação clandestina", dentro da área de vendas e a mania de apalpar tudo o que compra. A degustação é mais frequente

na periferia por motivos óbvios (e a fome hoje anda mais forte que a vergonha que antes existia).

Quanto à mania de apalpar tudo o que se compra talvez tenha um pouco a ver com a qualidade dos produtos vendidos na região, que não é exatamente a mesma do que a dos produtos vendidos no centro da cidade. São produtos que precisam ser melhor escolhidos. Esses dois comportamentos geram avisos escritos nas lojas, do tipo: "É proibido tomar Yakult dentro da loja" ou "Favor não beliscar o balaçau".

Destaca-se ainda na operação dos supermercados da periferia a entrega a domicílio, quase sempre usada como vantagem sobre a concorrência. O supermercado Mac, do Tucuruvi, tem até uma perua especialmente destinada a essas entregas (e existem pedidos de entrega para outros bairros, bem distantes).

O gerente da loja, Nelson Almeida Lopes explica que eles fazem isso porque grande parte do público consumidor não tem carro e não tem condições de levar as compras do mês para casa. Daí a alta cotação da entrega a domicílio, especialmente com a disponibilidade de algum tipo de veículo.

Do lado dos varejistas, a falta de veículos próprios de certa forma determina os fornecedores do estabelecimento. Assim os que têm transporte podem fazer suas pesquisas de preços na zona cerealista e os supermercados, em geral, compram 50% de seus itens diretamente da indústria e 50% de atacadistas. Mas as mercearias e pequenas quitandas geralmente compram dos perueiros, que são atacadistas que percorrem a região com suas peruas, vendendo de lojinha em lojinha a preços até 200% mais alto que os dos supermercados.

Muitas vezes esses perueiros nem sequer compram da indústria diretamente: eles são intermediários de intermediários, vendendo para o varejo. Na Zona Leste, em Artur Alvim, existe um atacadista de bolachas e biscoitos que tem os perueiros entre seus maiores clientes. Eles compram do atacado, vendem para os perueiros, que vão sair dali e vender para o va-

rejista, que finalmente vai vender ao consumidor. E nenhum deles cobra margens exageradas: o problema é que existem mãos demais nessa massa.

Dá para tirar o de comer

Além de todos os estabelecimentos comerciais, a periferia também é abastecida pelos "free-lancers" da vida. São vendedores solitários, ambulantes ou fixos, que defendem o dinheirinho do dia vendendo um ou dois produtos.

Antonio, por exemplo, está de licença pelo IAPAS, por causa de uma operação na cabeça, e para ajudar a minguada retirada de todo mês vende banana e laranja num ponto de ônibus do Tucuruvi. Quando seu estoque está baixo, vai até o Ceagesp, faz sua compra e paga um carreto até seu ponto. Depois vai guardando a mercadoria num prédio ali perto até ven-

der tudo ou as frutas ficarem maduras demais.

Na opinião dos consumidores, geralmente quem toma ônibus ali ou mora por perto, Antonio vende mais barato que a feira local. Ou, pelo menos foi o que nos segredou Dona Bernadete, 76 anos, quase ao pé do ouvido. "A gente tem até medo de falar que é mais barato", explicou ela, "porque aí vem alguém no dia seguinte e tira a banca daí".

O fantasma de D. Bernadete pode ser um tanto exagerado, mas não deixa de refletir a instabilidade do abastecimento na região periférica. Ali, depois da batalha de "apertar cintos" contra o custo de vida ainda é preciso torcer pela sobrevivência do comércio menos explorador ou, em certos locais, até pela sobrevivência de qualquer tipo de comércio alimentício. O que revela, sem dúvida, a lacuna ainda por ser preenchida. ■

Dê uma mordida nesse lucro.



Super Dogui é o melhor alimento para cães adultos. Em pacotes de 900 g, 1,65 kg, 3,40 kg e nas embalagens econômicas de 10,1 kg e 20 kg.

Cargill