

13
00557

PROJETO DE CADEIAS VOLUNTÁRIAS PARA A
GRANDE VITÓRIA

557

não
circula

664.009815207
P983 P
2906779

CEASA/CEPA/FJSN

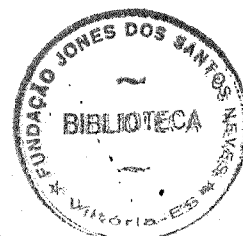


6624.0098/5 207
2906/99
P987
64/9082

S U M Á R I O

- Introdução

1. Características Gerais do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios
2. Programa de Cadeias Voluntárias
3. Características do Subsetor Comércio de Gêneros Essenciais
 - 3.1. Segmento Varejo
 - 3.2. Segmento Atacado
 - 3.3. Atuação do Setor Público
4. Estudo sobre a Renda e Gastos Familiares
 - 4.1. Estrutura da Renda Bruta Familiar Mensal
 - 4.2. Estrutura dos Gastos Familiares por Classes de Renda
 - 4.3. Potencial de Mercado
 - 4.3.1. Número de Estabelecimentos Varejistas a serem Integrados ao Programa
5. Engenharia do Projeto
 - 5.1. Características Gerais
 - 5.2. Características Infra-Estruturais
 - 5.3. Concepção do Sistema - Construtivo
 - 5.4. Materiais a serem empregados
6. Custos e Fontes dos Recursos
 - 6.1. Resumo de Custos
 - 6.2. Demonstrativo de Custos do Projeto de Cadeias Voluntárias da Grande Vitória
 - 6.3. Demonstrativo de Usos e Fontes do Projeto de Cadeias Voluntárias da Grande Vitória
 - 6.4. Cronograma Físico do Projeto de Cadeias Voluntárias da Grande Vitória



7. Organização Jurídica e Administrativa

7.1. Aspectos Jurídicos

7.2. Aspectos Administrativos

8. Estimativa de Custos e Receitas Operacionais

9. Análise Benefício/Custo

INTRODUÇÃO

O objetivo do Projeto de Cadeias Voluntárias da Grande Vitória visa entre outras coisas, propiciar a este aglomerado urbano a adoção de um novo canal de distribuição de gêneros essenciais aos pequenos e médios varejistas localizados nas áreas de menor poder aquisitivo, de modo com que este subsetor do comércio consiga obter eficiência e eficácia no papel social que desempenha às populações de baixa renda.

A operacionalização deste projeto é feita em termos físicos através de uma Central de Serviços que agrega serviços e mercadorias, esperando ser uma das alternativas das mais viáveis para o revigoramento da função atacadista, dentro de uma sistemática moderna e modernizante, de tal forma que seus efeitos se farão sentir, não só no fortalecimento do pequeno e médio varejistas como também, procurando atingir preços de gêneros essenciais a população de menor renda semelhantes aquele de renda mais elevada.

O fortalecimento das organizações menores, através da união de esforços, certamente causará impacto favorável nos setores mais diversos, inclusive, e principalmente, junto ao consumidor, devido à adoção de medidas destinadas a racionalizar as atividades, minimizando custos e promovendo o ganho da produtividade, o que representa um significativo incremento na demanda total com reflexos diretos na expansão da oferta das fontes provedoras.



Assim sendo, foi elaborado o corpo deste projeto de Cadeias Voluntárias da Grande Vitória, sendo constituído de nove partes.

As duas primeiras abordam tanto as características gerais do comércio varejista de gêneros alimentícios, como também as bases teóricas em que foi moldado o Programa de Cadeias Voluntárias, transplantando em seguida a realidade brasileira neste subsetor do comércio para a Grande Vitória tanto no segmento varejista como atacadista.

Na quarta parte deste trabalho são arrolados dados sócio-econômicos da região para que se pudesse dimensionar a fatia do mercado potencial que cabe a Central de Serviços neste segmento do comércio, com a implantação do Projeto. As partes subsequentes referem-se as necessidades tanto de infra-estrutura como de equipamentos, assim como são estimados custos e receitas operacionais para o funcionamento daquela Central de Serviços, para em seguida quantificar via análise, Benefício-Custo os benefícios econômicos deste projeto.

1 - CARACTERÍSTICAS GERAIS DO COMÉRCIO VAREJISTA DE GÊNEROS ALIMENTÍCIOS

Ao se estudar a estrutura do comércio varejista de pequeno e médio porte de gêneros alimentícios, são evidenciadas uma série de dificuldades. De um lado, o estudo evolutivo das últimas quatro décadas comprova a tendência dos canais de distribuição sofrerem mudanças contínuas, em virtude dos agentes econômicos buscarem maneiras novas e melhores de executar as funções de "marketing" assim, o atacado diversificado em geral perde, gradativamente, importância como fornecedor do varejo e como agente de inovação; diminuindo sua participação em relação ao especializado e em geral, reduzindo o seu papel como financiador do varejo.

Os quadros I e II ilustram bem o que se afirma com relação ao atacado diversificado. Atender a uma freguesia cada vez maior, em função do próprio desenvolvimento do país e da decorrente ampliação das linhas de produtos, através de sucessivos lançamentos da indústria, não só de alimentos como de higiene pessoal e do lar, utilidades domésticas etc., era e continua sendo um fardo muito pesado para o atacadista diversificado brasileiro. As mudanças foram rápidas e este não evoluiu a tecnologia de distribuição orientada para o "marketing" e, como decorrência lógica, não se fizeram grandes investimentos neste subsetor, a não ser recentemente, com a instalação de uma grande empresa transnacional, com uma tecnologia nem sequer imaginada pelos atacadistas tradicionais.

Por estas e outras razões, as funções do atacadista diversificado vão sendo assumidas, de maneira crescente, nas últimas décadas, pela indústria e pelas grandes redes de supermercados, gerando distorções no abastecimento ao pequeno e médio varejo; sobretudo ao da periferia das grandes e médias cidades e ao das zonas rurais.

QUADRO I

Comércio atacadista - 1940/1970
Evolução das Vendas Financiadas

ANOS	VALOR DAS VENDAS (%)	
	A Vista	A Prazo
1940	33	67
1950	62	38
1960	68	32
1970	75	25

Fonte: FIBGE - Censo 1970

QUADRO II

No Comércio Atacadista - 1940/1970
Evolução no Número de Estabelecimentos

ANOS	Nº DE ESTABELECIMENTOS
1940	118
1950	907
1960	435
1970	382

Fonte: FIBGE - Censos Comerciais

Por outro lado, a nível de varejo, a grande inovação foi a instalação, no país, do supermercado e, por extensão, do auto-serviço, no início da década de 50. O processo se desencadeou com tal profusão que permite, hoje, fazer-se generalização quanto aos efeitos da introdução dessa inovação, de um lado, grandes redes servem às zonas densamente povoadas e de renda elevada, valorizam a forma associativa, atingem economias de escala notáveis através de seu tamanho, e poder de barganha, obtendo eficiência e eficácia, pelo menos dentro da órbita de seu subsistema. Por outro lado, os equipamentos tradicionais em número muito superior e com altas taxas de mortalidade, penalizam a população de sua área de atuação com os conhecidos inconvenientes de baixa escala e do alto custo de operação que acarreta altos preços aos consumidores de menor renda. (Quadro III).

QUADRO III

Brasil - Censo Nielsen 1977/1978

Índice Nielsen Alimentar - Por Tipo de Loja

CARACTERÍSTICAS	Nº DE LOJAS		VOLUME DE RENDAS	
	ABSOLUTO	RELATIVO %	ABSOLUTO EM MILHÕES Cr\$	RELATIVO %
Auto-serviço de 5 ou mais check-outs	1.301	0,7	71.005	39,3
Auto-serviço de até 4 check-outs	9.873	5,5	51.311	28,4
Tradicionais	167.578	93,8	58.357	32,3
TOTAL BRASIL*	178.752	100,0	180.673	100,0

*Brasil: refere-se a área que continua 86% da população em 1977/78.

A experiência dos supermercados, entretanto, constitui transposição de um modelo parcial da realidade vigente nos países avançados e poderia fazer crer que a inovação advinda no varejo, pela identidade entre modernidade e eficácia, pudesse minimizar a coexistência do pequeno e grande empreendimento, ambos modernos sob o ponto de vista das técnicas de mercadização que utilizam.

No entanto, a questão de saber quem vai executar as funções, a fim de reduzir a distância entre o produtor e o consumidor é uma questão de eficiência e eficácia relativas; todas as funções tem duas características em comum, usam recursos escassos e podem muitas vezes ser melhor executados por meio de especialização.

O pequeno e médio varejo representam importante papel social, dada a conveniência de abastecimento para a população de sua área de atuação; o ponto de vendas é como fonte geradora de empregos (Quadro IV). Justificado esse papel, justifica-se também o do atacadista, especialmente o diversificado.

QUADRO IV

Comércio Varejista de Gêneros Essenciais
Censo de 1970

INDICADOR	MAGNITUDE
Nº DE ESTABELECIMENTOS	
. Segmento "Tradicional"	378.386
. Segmento "Moderno"	2.936
PESSOAL OCUPADO	
. Segmento "Tradicional"	608.326
. Segmento "Moderno"	48.065
EMPREGADOS	
. Segmento "Tradicional"	147.515
. Segmento "Moderno"	47.344
VENDAS (Cr\$ em milhões)	
. Segmento "Tradicional"	17.422
. Segmento "Moderno"	4.881

Fonte: FIBGE - Censo 1970

2 - PROGRAMA DE CADEIAS VOLUNTÁRIAS

O Programa de Cadeias Voluntárias foi concebido a partir de uma realidade, cuja explicação, após exaustivo exame de estudos levados a efeito por diferentes Instituições¹, enfeixou-se num foco, onde se evidenciou, de modo inequívoco, a seguinte situação paradoxal:

Nota (1) - Junqueira, Pêrsio at alii, Análise Comparativa de Preços do Varejo dos Gêneros Alimentícios na Capital de São Paulo, Instituto de Economia Agrícola - Secretaria de Agricultura do Estado de São Paulo, 1972.

"Observa-se em nosso país uma nítida dualidade no setor de comercialização de gêneros alimentícios e outros gêneros básicos. De um lado, a existência de grandes super mercados, situados sobretudo nos bairros de rendas média e alta, assegura ao consumidor as facilidades do comércio moderno. De outro lado, o pequeno varejo, localizado, principalmente nos bairros periféricos de menor renda, penaliza o consumidor com os notórios inconvenientes, inclusive de preços, desta forma tradicional de comércio".

Como empresa de abastecimento vinculada ao Governo Federal, consciente da responsabilidade social que dever pautar seu desempenho, o conhecimento dessa distorção na comercialização de alimentos a nível de varejo despertou de imediato no consenso da administração de topo da COBAL, na necessidade de viabilizar formas de corrigir tal situação, e videntemente de modo harmônico com a estratégia global do Governo, de delegar, à iniciativa privada, a execução direta das tarefas inerentes à comercialização.

Oportunamente, surge o Programa Nacional de Cadeias Voluntárias como uma solução alternativa para re direcionar a adoção de inovação na distribuição de gêneros básicos, no sentido de procurar, a médio e longo prazos, sanar a situação dual e atingir a identidade entre eficiência e eficácia, agora dirigida a todo o sistema. A associação de comerciantes independentes sob a forma de Cadeias Voluntárias, visando assegurar a conjugação das funções de atacado e varejo, constitui experiência já desenvolvida com êxito em outros países e, hoje, o Brasil já apresenta condições de assumi-la.

O Programa de Cadeias Voluntárias é operado por uma Central de Serviços, que se dimensiona pelo nível de atendimento e quantidade de Unidade Varejistas integradas ao sistema.

Distinguem-se, portanto, Cadeias Voluntárias (CV) de Central de Serviços (CS), como sendo as primeiras o embasamento teórico de um canal de distribuição e, a segunda, a forma de torná-lo factível.

A característica fundamental do Programa de Cadeias Voluntárias da COBAL é a manutenção da independência jurídica e financeira do varejista associado, não obstante o mais estreito vínculo comercial. Em outras palavras, não há interferência direta da COBAL nos negócios do varejista associado.

Desta maneira, o Programa de Cadeias Voluntárias encontra sua expressão operacional numa Central de Serviços, que tem tríplice função:

1. Fornecer mercadorias, após reunir as linhas de muitos fornecedores em um sortimento básico para os varejistas associados e ajustá-lo de maneira a satisfazer a escala de necessidade, racionalizando assim o transporte, mantendo armazenamento em área acessível às unidades de varejo para reduzir níveis de estoque, e, conseqüentemente, as necessidades de capital de giro;
2. Prestar assistência técnica operacional e gerencial (orientação financeira, creditícia, fiscal, contábil).
3. Orientar no acesso a financiamento.

Dado o seu alcance social, as Cadeias Voluntárias foram colocadas, no dia 25 de agosto de 1977, por sua Excelência o Senhor Presidente da República, através da Secretaria de Planejamento, como modalidade a ser incentivada pelo Governo em seu programa de apoio à pequena e média empresa.

Através da revalorização do papel social da função atacadista e, através dela, dos pequenos e médios varejistas, busca-se atingir o fim da iniciativa exposta; levar alimento e outros produtos essenciais à população mal assistida pelos modernos equipamentos de distribuição.

Como forma de acelerar sua adoção, busca a COBAL, ao demonstrar a viabilidade da inovação, induzir a empresa atacadista privada a adotá-la e dar, ao abastecimento de produtos básicos a população de menores ingressos, a contribuição que elas estão urgentemente a requerer, liberando o poder público de atuação direta neste setor.

3 - CARACTERÍSTICAS DO SUBSETOR DO COMÉRCIO DE GÊNEROS ESSENCIAIS

3.1. Segmento Varejo

Para se identificar as diferenças do atual sistema de abastecimento de gêneros alimentícios não perecíveis na Grande Vitória, procedeu-se preliminarmente, um levantamento do número de agentes do segmento varejista cadastrados na Secretaria da Fazenda do Espírito Santo, observando-se que de um total de 1596 estabelecimentos, os supermercados representavam cerca de 5%, fato este que não difere da realidade brasileira.

QUADRO V

GRANDE VITÓRIA: Número de Estabelecimentos que operam com gêneros não perecíveis por tipo e por município.

TIPO DO ESTABELECIMENTO MUNICÍPIOS (G. VITÓRIA)	MERCEARIAS (SEGMENTO TRADICIONAL)	AUTO SERVIÇOS (SEGMENTO MODERNO)	TOTAL
VITÓRIA	692	38	730
VILA VÉLHA	456	23	479
CARIACICA	232	17	249
SERRA	87	4	91
VIANA	45	45	47
TOTAL	1.512	84	1.596

Fonte: Secretaria da Fazenda do Estado do Espírito Santo.

De um modo geral os estabelecimentos do segmento "Tradicional" da Grande Vitória apresentavam as seguintes características:

- a) 69% dos estabelecimentos possuíam área do salão de vendas entre 40 a 60m²;
- b) 51% não possuíam depósito;
- c) 98% dos varejistas não tinham frequentado nenhum curso, que envolvesse aspectos relacionados com administração gerencial;
- d) 87% não controlavam regularmente seus estoques de mercadorias;
- e) 53% haviam estudado até o 1º grau;
- f) a principal fonte de abastecimento desses varejistas continua sendo o atacadista local com sua frágil estrutura;

g) 96% dos varejistas não tinham recebido nenhum tipo de fi nanciamento para o seu estabelecimento.

É dentro deste quadro de dificuldade que o Projeto de Cadeias Voluntárias pretende atuar na Grande Vitória, a fim de que esse pequeno e médio varejista consiga tornar-se eficiente na prestação de serviços ao consumidor fi nal, que é em última instância aquele de baixa renda.

Assim sendo, a adoção de um novo sistema que vise atenuar os problemas enfrentados por este segmento, enquadra-se perfeitamente nas orientações básicas do II PND que define como altamente prioritário o fortalecimento da empresa nacional, com especial ênfase na pequena e média empresa, re conhecendo sua importância econômica social.

Nesse sentido, a organização do pequeno e médio varejo de gêneros alimentícios da Grande Vitória, sob a forma de Cadeias Voluntárias, visando assegurar a conjugação das funções de atacado e varejo representa a preocupação do Programa: através do revigoramento da função atacadista e de seus consequentes ganhos de escala e produtividade, acompanhados do rateio dos custos fixos aos associados, procura-se chegar à modernização da função varejista pela assistência técnica gerencial e operacional. Assim conjugados, po dem repassar aos consumidores de menor renda os benefícios do avanço tecnológico, representados por preços menores e, por extensão, por um aumento do poder aquisitivo do consumidor e melhoria qualitativa e quantitativa do consumo.

Os objetivos são mais amplos e visam dar es tabilidade e garantia aos segmentos de produção, à pequena e média indústria e ao produtor rural.

Assim sendo, governo e iniciativa privada, portanto, deverão buscar, juntos, a fórmula de solucionar o desafio de manter o fluxo do abastecimento à população, com-

patibilizando-se necessidade básica da mesma com o seu poder aquisitivo.

A utilização do sistema de Cadeias Voluntárias, como instrumento de política econômica, objetiva, por - tanto, de um lado, a desobstrução dos canais de distribuição dos alimentos e outros produtos essenciais; de outro lado, o fortalecimento do comércio varejista, em benefício do consumi dor final.

Ao assumir os riscos de implementar os primeiros projetos-pilotos de Cadeias Voluntárias, estaria o Governo desempenhando uma função modernizante e temporária, em um campo onde a iniciativa privada tem procurado manter-se presente embora relutante em arcar com as incertezas iniciais de tal inovação, o que traria reflexos positivos no abastecimento das populações de menor renda. E esta tarefa poderá ser considerada preenchida quando a escala de operações das unidades atacadistas, constituídas pelas centrais de serviços, assegurar uma rentabilidade que torne possível e atraente sua gestão por parte de um grupo de atacadistas ou pelo conjunto de varejistas a ela associados que poderiam passar a exercer também as funções usuais de atacado.

3.2. Segmento Atacado

Existem 13 atacadistas diversificados na Grande Vitória, atendendo principalmente o segmento "tradicional" do varejo, com relação a este subsetor foram levantadas as seguintes características:

- a) 63% localizam-se no Centro de Vitória;
- b) 57% dos atacadistas possuíam uma área de vendas entre 100 a 300m²;
- c) 69% comercializam de 200 a 300 itens de mercadorias;
- d) 100% utilizam o sistema tradicional de armazenagem, o que acarreta altos custos operacionais;

- e) 74% dos atacadistas não levam as mercadorias adquiridas em seu estabelecimento para os varejistas;
- f) 96% não ofereciam nenhum tipo de assistência técnica aos seus clientes;
- g) 99% dos produtos vendidos destinavam-se aos varejistas localizados nos bairros mais afastados da Grande Vitória.

Na verdade a instituição do atacado diversificado na Grande Vitória não difere daquela existente no Brasil. Arcando com altos custos operacionais, não oferecendo nenhum tipo de assistência técnica ao varejista, comercializando em média menos de 300 itens e ocupando uma área média não superior a 300m²; tudo isto mostra a fragilidade do principal fornecedor do segmento "tradicional" da Grande Vitória, fazendo com que se penaliza a população de baixa renda.

3.3. Atuação do Setor Público

Na Grande Vitória a participação do Setor Público neste subsetor do comércio faz-se presente através da COBAL - Companhia Brasileira de Alimentos, com sete auto-serviços e de uma CEASA.

Os auto-serviços servem, como elemento demonstrativo de efeito de comparação nas áreas de concentração populacional e centros urbanos, incentivando a concorrência do sistema nesta região.

Esta rede de auto-serviços é abastecida por um Armazém Distribuidor de aproximadamente 900m², localizado em Vitória e é administrado pela Gerência Adjunta de Varejo da área.

Esses supermercados da COBAL caracterizam-se por serem de médio porte e com as seguintes particularidades que discriminaremos a seguir:

SM GLÓRIA

- a) área do salão de vendas e depósito
salão → 217m² - depósito → 66m²
- b) arrecadação média → Cr\$ 2.536.000,00 *4.242.000,00*
- c) localização → Vila Velha
- d) nº de check-outs → 3
- e) nº de funcionários → 14

SM CENTRAL

- a) área do salão de vendas e depósito
salão → 180m² - depósito → 93m²
- b) arrecadação média → Cr\$ 2.680.000,00 *4.483.000,00*
- c) localização → Vitória
- d) nº de check-outs → 4
- e) nº de funcionários → 20

SM VILA RUBIM

- a) área do salão de vendas e depósito
salão → 306m² - depósito → 188m²
- b) arrecadação média → Cr\$ 3.009.000,00 *5.033.000,00*
- c) localização → Vitória
- d) nº de check-outs → 5
- e) nº de funcionários → 24

SM RUBENS PASSINATO

- a) área do salão de venda e depósito
salão → 246m² - depósito → 240m²
- b) arrecadação média → Cr\$ 1.253.000,00 2.096.000,00
- c) localização → Cariacica
- d) nº de check-outs → 3
- e) nº de funcionários → 10

SM PRAIA DO CANTO

- a) área do salão de vendas e depósito
salão → 129m² - depósito → não tem
- b) arrecadação média → Cr\$ 820.000,00 1.372.000,00
- c) localização → Vitória
- d) nº de check-outs → 2
- e) nº de funcionários → 6

SM GOIABEIRAS

- a) área do salão de vendas e depósito
salão → 130m² - depósito → 51m²
- b) arrecadação média → Cr\$ 1.010.000,00 2.629.000,00
- c) localização → Vitória
- d) nº de check-outs → 2
- e) nº de funcionários → 7

A COBAL cabe, por delegação do Ministério da Agricultura, a gestão do Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento - SINAC, inclusive com a co-participação acionária nas empresas CEASA. A finalidade primeira deste equipamento é de racionalizar o sistema de comercialização dos produtos hortigranjeiros, oriundos das diversas localidades da federação.

A CEASA da Grande Vitória localiza-se no município de Cariacica. Conta com uma área construída de aproximadamente 10.000 metros quadrados, tendo comercializado um montante médio mensal de Cr\$ 44.680.000,00, correspondente a quase 11.000 toneladas de produtos perecíveis para esta região.

4 - ESTUDO SOBRE A RENDA E GASTOS FAMILIARES

4.1. Estrutura da Renda Bruta Familiar Mensal

Considerando-se a distribuição de renda das famílias da Grande Vitória como sendo constituída de 4 classes abaixo definidas:

CLASSES	RENDA FAMILIAR MENSAL
A	acima de 10 salários mínimos regional
B	entre 10 e 5 salários mínimos regional
C	entre 5 e 3 salários mínimos regional
D	até 3 salários mínimos regional

Fonte: Plano de Desenvolvimento integrado da Micro-Região de Vitória - Planorte

Obs.: Salário mínimo vigente na região em nov/1978
Cr\$ 1.449,60.

Tomando-se a população total dividida em tre urbana e rural estimada em 1977 para a Grande Vitória, constituída de 5 municípios (Vitória, Cariacica, Serra, Viana e Vila Velha) e sabendo-se o número de domicílios ocupados por município obtém-se o tamanho médio das famílias para este aglomerado urbano.

QUADRO VI

MUNICÍPIOS	POPULAÇÃO (Em nº de Habitantes)			DOMICÍLIOS OCUPADOS (Em nº de domicílios)	TAMANHO MÉDIO DAS FAMÍLIAS
	Urbana	Rural	Total		
CARIACICA	84.107	39.580	123.687	24.555	5,04
SERRA	15.208	17.854	33.062	6.453	5,02
VIANA	2.467	13.977	16.444	3.102	5,03
VILA VELHA	157.565	1.592	159.157	31.156	5,02
VITÓRIA	154.747	1.563	156.310	30.325	5,02

Fonte: Estudos Básicos para o planejamento Estadual - Documento I - Secretaria de Estado do Planejamento (1977) - Sinopse Estatística do Espírito Santo - FIBGE.

·E conhecendo-se a distribuição das famílias por classes de renda bruta familiar mensal em percentual, é possível estimar-se a distribuição absoluta, a partir do conhecimento da população urbana e do tamanho médio das famílias da Grande Vitória.

QUADRO VII

GRANDE VITÓRIA: Distribuição percentual e absoluta das famílias por classe de RENDA por MUNICÍPIO.

CLASSES E DISTRIBUIÇÃO MUNICÍPIOS	A (1)		B (2)		C (3)		D (4)	
	Relativo %	Absoluto	Relativo %	Absoluto	Relativo %	Absoluto	Relativo %	Absoluto
CARIACICA	1,5	252	9,0	1.514	18,1	3.045	71,4	12.010
SERRA	-	-	5,8	176	7,1	216	87,1	2.650
VIANA	-	-	10,0	49	20,0	99	70,0	345
VILA VELHA	5,0	1.576	19,8	6.240	21,0	6.617	54,2	17.080
VITÓRIA	7,1	2.197	14,7	4.550	19,0	5.880	59,2	18.322

Fonte: Plano de Desenvolvimento Integrado da Micro-Região de Vitória - Planorte
Dados manipulados pela COBAL.

(1) Classe A com rendimentos acima de Cr\$ 14.496,00

(2) Classe B com rendimentos de Cr\$ 7.248,00 até Cr\$ 14.496,00

(3) Classe C com rendimentos de Cr\$ 4.348,80 até Cr\$ 7.248,00

(4) Classe D com rendimentos até Cr\$ 4.348,80

Observa-se no quadro acima que as famílias de baixa renda (classe de renda D) representam cerca de 61% das famílias residentes na Grande Vitória.

4.2. Estrutura dos Gastos Familiares por Classes de Renda.

Consideradas as classes de renda definidas na parte 4.1 e o Estudo Nacional da Despesa Familiar (ENDEF/FIBGE) para o Espírito Santo, observa-se que no item Gastos em Alimentação e Artigos de Limpeza do Lar a classe de baixa renda que percebe até 3 salários mínimos regional gastava em torno de 48% de seu orçamento neste item, enquanto que a classe A gastava cerca de 14%.

QUADRO VIII

GRANDE VITÓRIA: Percentual dos gastos em alimentação e artigos de limpeza do Lar por Faixa de Renda.

CLASSES PERCENTUAL (%)	A	B	C	D
GASTOS EM ALIMENTAÇÃO E ARTIGOS DE LIMPEZA DO LAR	14,1	25,3	34,9	47,7

Fonte: ENDEF / FIBGE

4.3. Potencial de Mercado

Para o cálculo do potencial de mercado para o Projeto de Cadeias Voluntárias na Grande Vitória foram utilizadas as seguintes variáveis já determinadas, número de habitantes, número de famílias existentes em cada uma das classes de renda, renda média e percentual gasto em alimentação e artigos de limpeza do lar.

Tomando-se a renda familiar média por classe de renda, tem-se a renda bruta mensal de todas as famílias da Grande Vitória.

QUADRO IX

GRANDE VITÓRIA: Renda bruta mensal de todas as Famílias por classe de renda de cada município em Cr\$ 1,00.

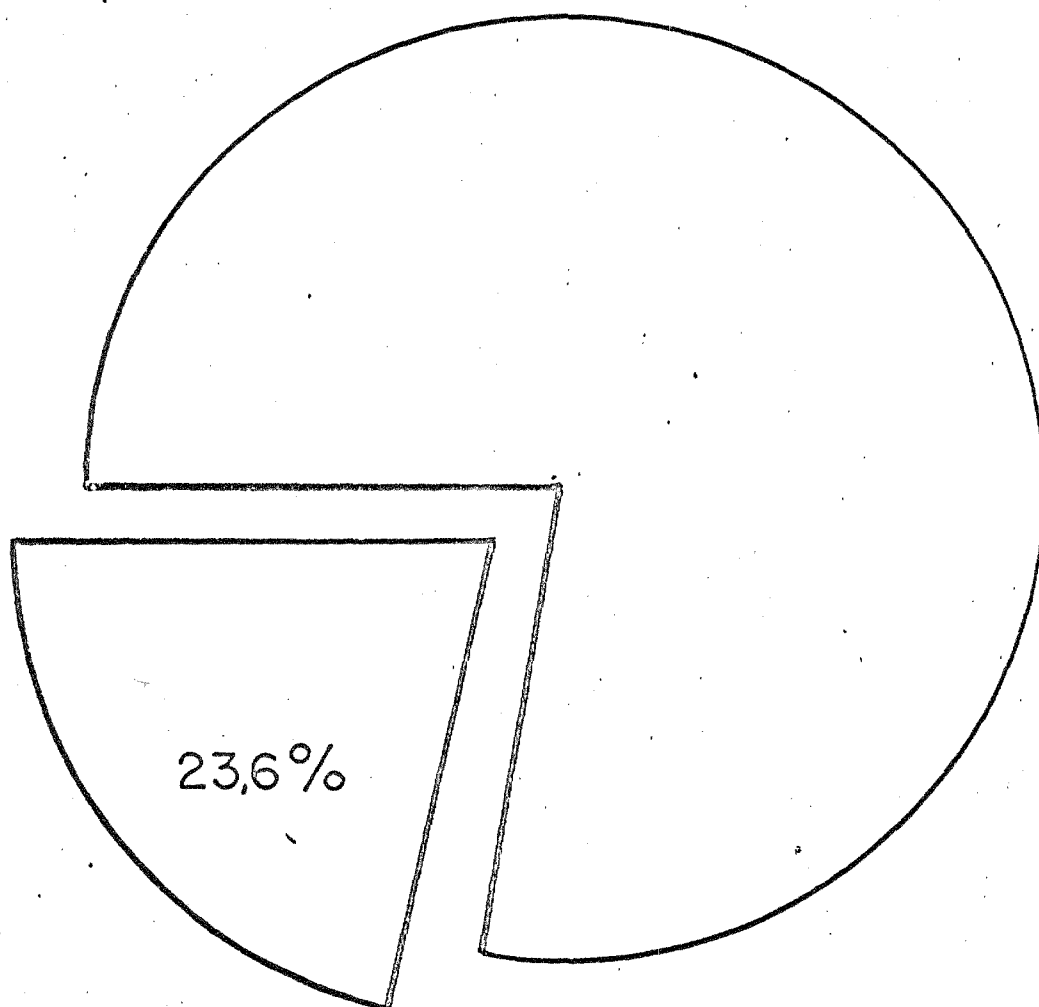
CLASSES MUNICÍPIOS	A	B	C	D	TOTAL
CARIACICA	3.652.992	16.460.208	17.656.128	26.114.544	63.883.872
SERRA	-	1.913.472	1.252.454	5.762.160	8.928.086
VIANA	-	532.728	574.041	750.168	1.856.937
VILA VELHA	22.845.696	67.841.280	38.368.012	37.138.752	166.193.740
VITÓRIA	31.847.712	49.467.600	34.094.592	39.839.356	155.249.250
TOTAL	58.346.400	136.215.288	91.945.227	109.604.980	396.111.895

A partir do Quadro IX no qual se tem o somatório das rendas brutas mensais de todas as famílias, extrapola-se os dados dos gastos em alimentação e artigos de limpeza do lar para cada uma das classes de renda.

Assim sendo, estima-se que o potencial de mercado, segundo dados de 1977, seja da ordem de 127 milhões de cruzeiros por mês que representam os gastos mensais das famílias das diversas classes em alimentação e artigos de limpeza do lar.

Considerando-se que o potencial físico máximo de venda mensal da Central de Serviços que se pretende implantar na Grande Vitória, seja de 30 milhões de cruzeiros nestes produtos e uma vez que são conhecidas as compras das famílias em alimentação e artigos de limpeza do lar, calcula-se que a fatia de mercado potencial que caberá a Central de Serviços será de 23,6% em sua plena capacidade.

FATIA DE MERCADO POTENCIAL
PARA A CENTRAL DE SERVIÇOS
DA GRANDE VITÓRIA



QUADRO X

GRANDE VITÓRIA: Gastos mensais em alimentação e artigos de limpeza do lar de todas as famílias por classe de renda por cada município em Cr\$ 1,00.

CLASSES MUNICÍPIOS	A	B	C	D	TOTAL
CARIACICA	515.071	4.164.433	6.161.988	12.456.637	23.298.129
SERRA	-	484.108	437.106	2.748.550	3.669.764
VIANA	-	134.780	200.340	357.830	692.950
VILA VELHA	3.221.243	17.163.843	13.390.436	17.715.184	51.490.706
VITÓRIA	4.490.527	12.515.302	11.899.012	19.003.372	47.908.213
TOTAL	8.226.841	34.462.466	32.088,882	52.281.573	127.059.762

4.3.1. Número de Estabelecimentos Varejistas a serem integrados ao Programa

Os pequenos e médios varejistas de gêneros alimentícios da Grande Vitória, com alta taxa de mortalidade, localizados principalmente nos bairros periféricos urbanos e zonas rurais, penalizam a população de sua área de atuação com os conhecidos inconvenientes de baixa escala e do alto custo de operação, o que acarreta altos preços aos consumidores de baixa renda.

A sua real ineficiência aliada à falta de modernas técnicas de marketing, de recursos de financiamento e etc... fazem com que esses estabelecimentos tradicionais vendam em volume financeiro valores abaixo das reais possibilidades de mercado. Nesse sentido, o Projeto de Cadeias Voluntárias da Grande Vitória, a ser substanciado em termos físicos numa Central de Serviços, que irá prestar uma gama de serviços, fará com que varejistas inovadores dessa classe atinjam maior eficiência.

Considerando-se que uma das medidas da eficiência para o pequeno e médio varejista seja a produtividade de vendas por m², definida segundo a Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) a preços de julho de 1977 como sendo de Cr\$ 3.000,00, conhecidos também o dispêndio com consumíveis da Grande Vitória e definida a fatia de mercado potencial a ser atendida pelo Programa, pode-se obter a área total do salão de vendas dos estabelecimentos varejistas a serem integrados no Projeto de Cadeias Voluntárias da Grande Vitória, através da seguinte fórmula:

$$Sti = \frac{Vc \cdot EA}{g}$$

onde:

Sti = área total do salão de vendas dos estabelecimentos varejistas a serem integrados

Vc = valor global do dispêndio com consumíveis na zona analisada

EA = expectativa de atendimento (fatia de mercado potencial)

g = valor meta de vendas por m²

Aplicando-se a fórmula tem-se:

$$Sti = \frac{\text{Cr\$ } 127.059.662,00 \cdot 0,236}{\text{Cr\$ } 3.000,00} = 9.995 \text{ m}^2$$

E sabendo-se, através de pesquisa amostral feita junto aos varejistas da Grande Vitória, que a área média do salão de vendas das lojas é de 61m², obtém-se o número de estabelecimentos varejistas a serem integrados ao Projeto por meio da seguinte operação:

$$N_i = \frac{St_i}{St} = \frac{9.995}{61} = 164 \text{ lojas}$$

onde:

N_i = número de lojas

St_i = área total do salão de vendas dos estabelecimentos varejistas a serem integrados

St = área média do salão de vendas dos estabelecimentos varejistas da Grande Vitória

Tendo em vista, no caso específico da Grande Vitória a loja ter um salão de vendas médio de $61m^2$ e um depósito médio de $10m^2$ ($71m^2 = 61m^2 + 10m^2$), obtém-se o número de lojas estratégico planejado para se integrar a Central de Serviços da Grande Vitória.

$$St_i = \frac{9.995}{71} = 140 \text{ lojas}$$

Assim sendo, o número de lojas potenciais a serem atendidas pelo Projeto é de 140.

5 - ENGENHARIA DO PROJETO

5.1. Características Gerais

Situada no município de Cariacica em área próxima a CEASA/ES, distando aproximadamente 12Km do Centro Urbano de Vitória, definiu-se uma área de $10.000m^2$, prevendo-se desde já uma futura expansão da Central de Serviços que, inicialmente ocupará uma área construída de $3.500m^2$.

Topografia bastante suave e inexistência de solos compressores complementam as características do local, mi nimizando de maneira acentuada o custo de implantação.

5.2. *Características Infra-estruturais*

Com razoável adensamento populacional na região, a área escolhida, dispõe de redes de abastecimento d'água, esgoto, energia elétrica e telefônica, estando portanto, capacitada a receber a obra proposta.

5.3. *Concepção do Sistema Construtivo*

Destinada a acolher volumes grandes, a Central de Serviços, carece de grande área coberta com maior espaço interno possível.

Como solução funcional, a divisão do espaço interno em 2 níveis, visto a necessidade de se abrigar a administração, sanitários e armazenagem, é aquela que melhor convém à utilização da Central.

Desta forma, o primeiro piso se reserva -
ria a armazenagem, ficando o segundo para a administração e sanitários, proporcionando maior utilização do espaço interno e uma fiscalização bastante eficaz. Externamente, concebeu-se 2 plataformas laterais, cobertas com marquise, destinadas à carga e descarga, com área de manobra e estacionamento.

5.4. *Materiais a Serem Empregados*

a) PISO

a.1. área de armazenagem

Deverá ser de alta resistência, tipo Koro dur, com 12cm de espessura, sem polimento, apresentam do juntas de dilatação em PVC, de metro em metro, aplicado sobre contrapiso de concreto, com alta resistência.

a.2. área de administração

Piso em material vinílico, tipo PAVIFLEX.

b) PÉ DIREITO

b.1. área de armazenagem

5 metros.

b.2. área de administração

2,60 metros.

c.) VEDAÇÃO

Em alvenaria, revestida com reboco simples com pintura PVA e divisórias de fórmica industrializadas.

d) SANITÁRIOS

Serão revestidos com azulejos branco até o teto.

e) ABERTURA

Em portas de chapa metálica, articuladas e vazadas sob marquise de proteção.

f) COBERTURA

f.1. a cobertura da área reservada para a administração, será um teto falso de gesso.

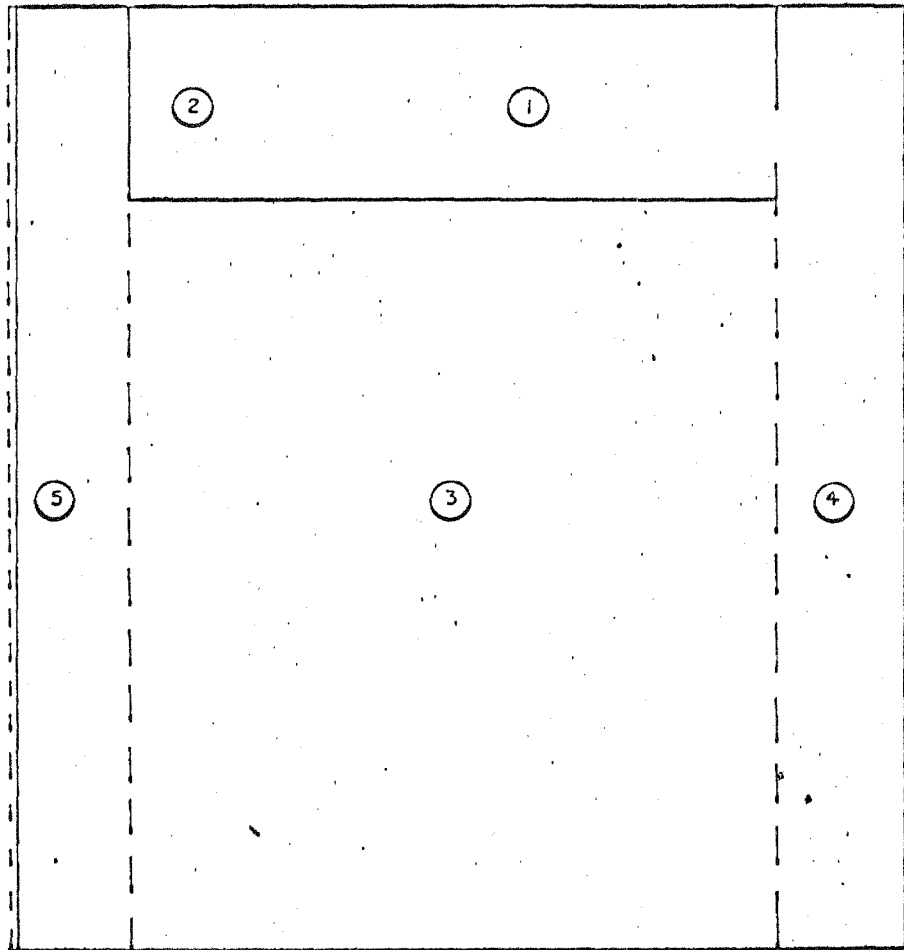
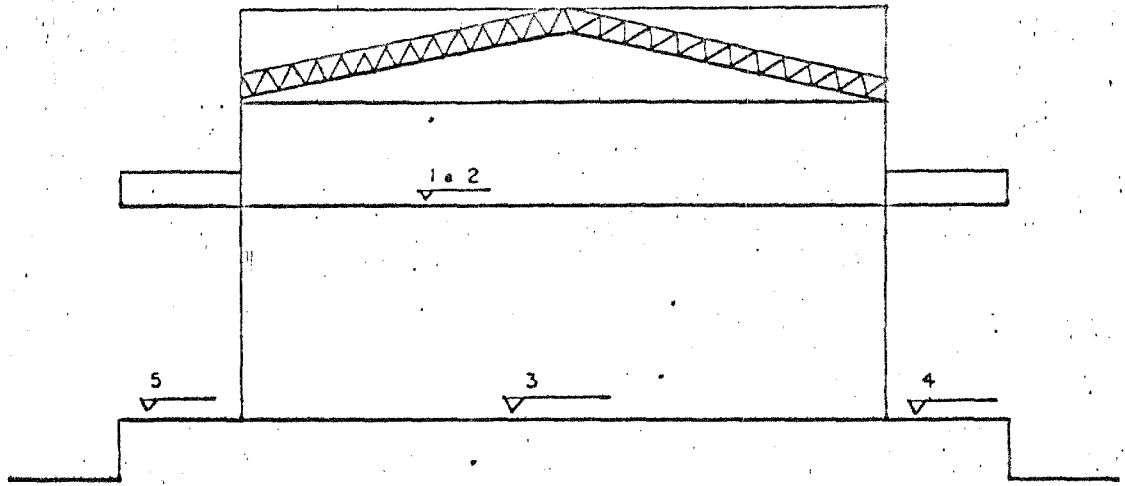
f.2. a cobertura da Central de Serviços, será em telhas de amianto, apoiadas em treliças metálicas.

g) CRONOGRAMA FÍSICO-FINANCEIRO

CRONOGRAMA FÍSICO FINANCEIRO DA CENTRAL DE SERVIÇOS DA GRANDE VITÓRIA

CADA DIVISÃO OBRAS	IMES					SUB-TOTAIS Cr\$
	01 30	02 60	03 90	04 120	05 150	
01 - SERVIÇOS GERAIS	52	12	12	12	12	313.799,94
02 - PREPARO DO TERRENO	100					462.189,08
03 - FUNDAÇÃO	30	70				357.600,01
04 - ESTRUTURA		50	50			1.953.149,86
05 - ALVENARIA E DIVISÃO			30	30	40	749.206,02
06 - COBERTURA	50	30	20			2.094.212,98
07 - ESQUADRIAS				100		665.215,16
08 - REVESTIMENTO				50	50	127.773,97
09 - FERRAGEM				50	50	123.399,92
10 - VIDROS					100	82.710,00
11 - IMPERMEABILIZAÇÃO				100		111.318,95
12 - FORRO				70	30	224.545,05
13 - PAVIMENTAÇÃO			10	50	40	537.271,06
14 - PINTURA					100	367.906,93
15 - URBANIZAÇÃO		30	30	30	10	918.952,01
16 - INSTALAÇÕES PREDIAIS	10	25	25	20	20	2.432.889,92
17 - LOUÇAS, APARELHOS, ETC.				50	50	71.999,98
18 - DIVERSOS				50	50	92.055,01
19 - LIMPEZA GERAL					100	30.000,01
20 - LIGAÇÕES DEFINITIVAS					100	9.999,94
						TOTAL 11.726.195,72

LAY OUT DA CENTRAL DE SERVIÇOS
DA
GRANDE VITÓRIA



LEGENDA:

- ① - ADMINISTRAÇÃO: — SECRETARIA, CENTRAL DE SERVIÇOS (GERENTE), GERENTE - PROJ. CADEIAS VOLUNTARIAS + SUPERVISORES CONFERENTES - BEMOE, ANALISTAS FINAN - DATILOGRAFIA CARTAZISTA E CONVÊNIO
- ② - SANITÁRIOS
- ③ - ÁREA DE ARMAZENAGEM
- ④ - PLATAFORMA COBERTA C/MARQUISE P/CARGA

6 - CUSTOS E FONTES DOS RECURSOS

6.1. Resumo dos Custos

Elaboração do Projeto	Cr\$	850.000,00
Obras Civas (1)	Cr\$	11.726.195,72
Equipamentos (2)	Cr\$	6.471.294,40
Terreno	Cr\$	3.000.000,00
Pesquisa de Mercado e Cadastro Varejista ..	Cr\$	200.000,00
Treinamento do Pessoal	Cr\$	300.000,00
Estoque Inicial (3)	Cr\$	<u>27.750.000,00</u>
Custo Total do Projeto	Cr\$	50.297.490,12

Cr\$ 50.297.490,12 (cinquenta milhões, duzentos e noventa e sete mil e quatrocentos e noventa cruzeiros e doze centavos).

NOTAS:

- (1) Vide Cronograma Físico-Financeiro, discriminado e referente a Obras Civas para a Central de Serviços da Grande Vitória-Anexo I - Parte 5.4.
- (2) Vide no Anexo II desta parte discriminação da Estimativa dos Custos dos Equipamentos para a Central de Serviços da Grande Vitória
- (3) Vide Estimativa de Custos e Receitas Operacionais na parte 8 deste trabalho, na qual o Estoque Inicial refere-se ao Custo das Mercadorias Vendidas para a 2a. etapa.

ANEXO II

ESTIMATIVAS DOS CUSTOS - EQUIPAMENTOS PARA A CENTRAL DE SERVIÇOS DA GRANDE VITÓRIA

DISCRIMINAÇÃO	QUANTIDADE	Cr\$ UNITÁRIO	DESC.	IPI	TOTAL GERAL
1 Estrutura Metálica para pãlete tipo Drive-through	01 conj	2.148.000,00	-5%	+10%	2.244.660,00
2 Carro hidráulico para pãletes para 2.000Kg	10 Unid	10.220,00	-	+12%	114.464,00
3 Carro plataforma capacidade 800Kg	08 Unid	4.040,00		+12%	36.198,40
4 Pãletes de madeira de 1.000 x 1.200 x 150mm com gravação	3000 Pcs	318,00	-10%	+ 8%	927.288,00
5 Empilhadeira elétrica - mastro: triplex retrátil, capacidade para 2.000 Kg, Centro de carga 600mm, alt. de elevação 5.700mm, abaixada 2.532mm, largura total 1.270mm, altura total 6.360mm, mod. ETV.20-G 115 570 Dz.	02 Unid	972.300,00	- 8%	+12%	2.003.715,84
6 Idem, idem, mod. ETM 20-G 115 570 dz.	01 Unid	972.300,00	- 8%	+12%	1.001.857,92
7 Mesa de reunião, med. 198 x 118 x 73 cm	01 Pc	4.015,44		Incluso	4.015,44
8 Cadeira fixa, estofamento moldado em espuma poliuretano expandido	12 Pcs	1.056,64		Incluso	12.679,68
9 Máquina calculadora Sharp mod. CS - 2156	05 Pcs	3.700,00		Incluso	18.500,00
10 Máquina de escrever elétrica, marca olympia mod. SGE/50	02 Pcs	25.592,00	-20%		51.904,00
11 Mesa de madeira p/funcionário med. 1,25x70x74 cm, com 3 gavetas	02 Pcs	1.634,00		Incluso	3.268,00
12 Mesa de madeira p/chefia, med. 1,60x0,80x74m, C/2 gaveteiros c/3 gavetas cada.	02 Pcs	2.409,00		Incluso	4.818,00
13 Mesa de madeira p/máquina, med. 0,60x0,50x0,67m	05 Pcs	1.000,00		Incluso	5.000,00
14 Mesa de madeira p/telefone	04 Pcs	627,00		Incluso	2.508,00
15 Cadeira giratória p/funcionário, sem braços, assento e encosto estofados em espuma	05 Pcs	939,00		Incluso	4.695,00
16 Cadeira fixa, sem braços, com assento e encosto estofados	02 Pcs	335,00		Incluso	670,00
17 Armário de aço c/2 portas, med. 1.960x1.200x500mm	04 Pcs	2.783,00		Incluso	11.132,00
18 Arquivo de aço c/4 gavetas para pastas suspensas	03 Pcs	1.900,00			5.700,00
19 Arquivo de aço c/3 gavetas, 2 gavetas duplas	01 Pc	2.150,00		Incluso	2.150,00
20 Mesa de madeira pau ferro, mod. 185x73x90cm c/retaguarda	01 Pc	3.408,08		Incluso	3.408,08
21 Armário Draux med, 90x67x45cm	01 Pc	2.124,72		Incluso	2.124,72
22 Poltrona giratória, com assento e encosto estofados e revestidos em courvin estrutura em aço cromado, regulagem altura	01 Pc	2.708,16		Incluso	2.708,16
23 Poltrona com assento e encosto estofados e revestidos em courvin med. 90x72x73	01 Pc	6.062,16		Incluso	6.062,16
24 Estante de aço, med. 2,50 x 0,92 x 0,42m c/8 prateleiras reguláveis	02 Pcs	884,00		Incluso	1.768,00
SUB TOTAL					6.471.294,40

6.2. Demonstrativo de Custos do Projeto de Cadeias Voluntárias da Grande Vitória em Cr\$ 1.000,00

DISCRIMINAÇÃO	ELABORAÇÃO DO PROJETO	AQUISIÇÃO DO TERRENO		EDIFICAÇÃO		(1)	(2)	(3)	(4)	TOTAL
		m ²	valor em Cr\$1000	m ²	valor em Cr\$1000					
CENTRAL DE SERVIÇOS	1.4-2 850	10.000	3.000	3.500	29.623 11.726	20.724 6.471	20.415 27.750	200	300	84.207 50.297
TOTAL	850	10.000	3.000	3.500	29.623 11.726	20.724 6.471	20.415 27.750	200	300	84.207 50.297

- (1) Equipamentos em Cr\$ 1.000,00.
- (2) Estoque inicial em Cr\$ 1.000,00
- (3) Pesquisa de mercado e cadastro varejista em Cr\$ 1.000,00
- (4) Treinamento pessoal em Cr\$ 1.000,00

6.3. Demonstrativo de Usos e Fontes do Projeto de Cadeias Voluntárias da Grande Vitória - em Cr\$ 1.000,00

USOS DISCRIMINAÇÃO	FONTES				TOTAL
	CNPU/BIRD	COBAL	PREFEITURA	OUTRAS FONTES	
Elaboração do projeto		850			850
Aquisição do terreno			3.000		3.000
Edificação	11.726				11.726
Equipamentos	6.471				6.471
Treinamento Pessoal		300			300
Pesquisa de mercado e cadastro varejista		200			200
Estoque inicial				27.750	27.750
TOTAL	18.197	1.350	3.000	27.750	50.297

6.4. CRONOGRAMA FÍSICO DO PROJETO DE CADEIAS VOLUNTÁRIAS DA GRANDE VITÓRIA

PERÍODO ETAPAS	1º ANO												2º ANO	3º ANO	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
ELABORAÇÃO DO PROJETO	■														
AQUISIÇÃO DO TERRENO		■													
OBRAS CÍVIS (EDIFICAÇÃO)			■	■	■	■	■	■							
EQUIPAMENTOS							■	■	■						
TREINAMENTO PESSOAL							■	■	■						
ESTOQUE INICIAL								■	■	■					
PESQUISA DE MERCADO E CADASTRO VAREJISTA				■	■	■									
OPERACIONALIZAÇÃO DO PROJETO										■	■	■	■	■	■

7 - ORGANIZAÇÃO JURÍDICA E ADMINISTRATIVA

7.1. Aspectos Jurídicos

A Lei Delegada nº 6, de 26 de setembro de 1962, que autoriza a constituição da Companhia Brasileira de Alimentos no art. 2º, estabelece que:

"A Companhia Brasileira de Alimentos tem por fim participar, diretamente, da execução dos planos e programas de abastecimento elaborados pelo Governo, relativamente à comercialização dos gêneros alimentícios essenciais ou em carência, e agir como elemento regulador do mercado ou para servir, de forma supletiva, áreas não suficientemente atendidas por empresas comerciais privadas, em regime competitivo."

Assim sendo, seguindo determinação governamental recente, a COBAL vem reduzindo sua atuação no varejo de gêneros alimentícios nas áreas mais bem servidas pela iniciativa privada, por outro lado, vem atuando nesta região nas áreas metropolitanas (Brasília, Belo Horizonte, São Paulo), através de estudos recentes na implantação do Programa de Cadeias Voluntárias, participando assim, diretamente, na execução de planos e programas de abastecimento, agindo como elemento regulador de mercado.

A operacionalização física do Programa de Cadeias Voluntárias feita através de uma Central de Serviços diretamente administrada pela COBAL, visa essencialmente dar cumprimento ao que ela se propõe através da Lei que a constitui.

7.2. Aspectos Administrativos

A forma de viabilizar a execução do Projeto de Cadeias Voluntárias da Grande Vitória é definido pela estrutura organizacional a ser implantada, que deverá ser apoiada nos instrumentos operacionais que a COBAL dispõe neste tipo de atividade.

a) Organograma Funcional

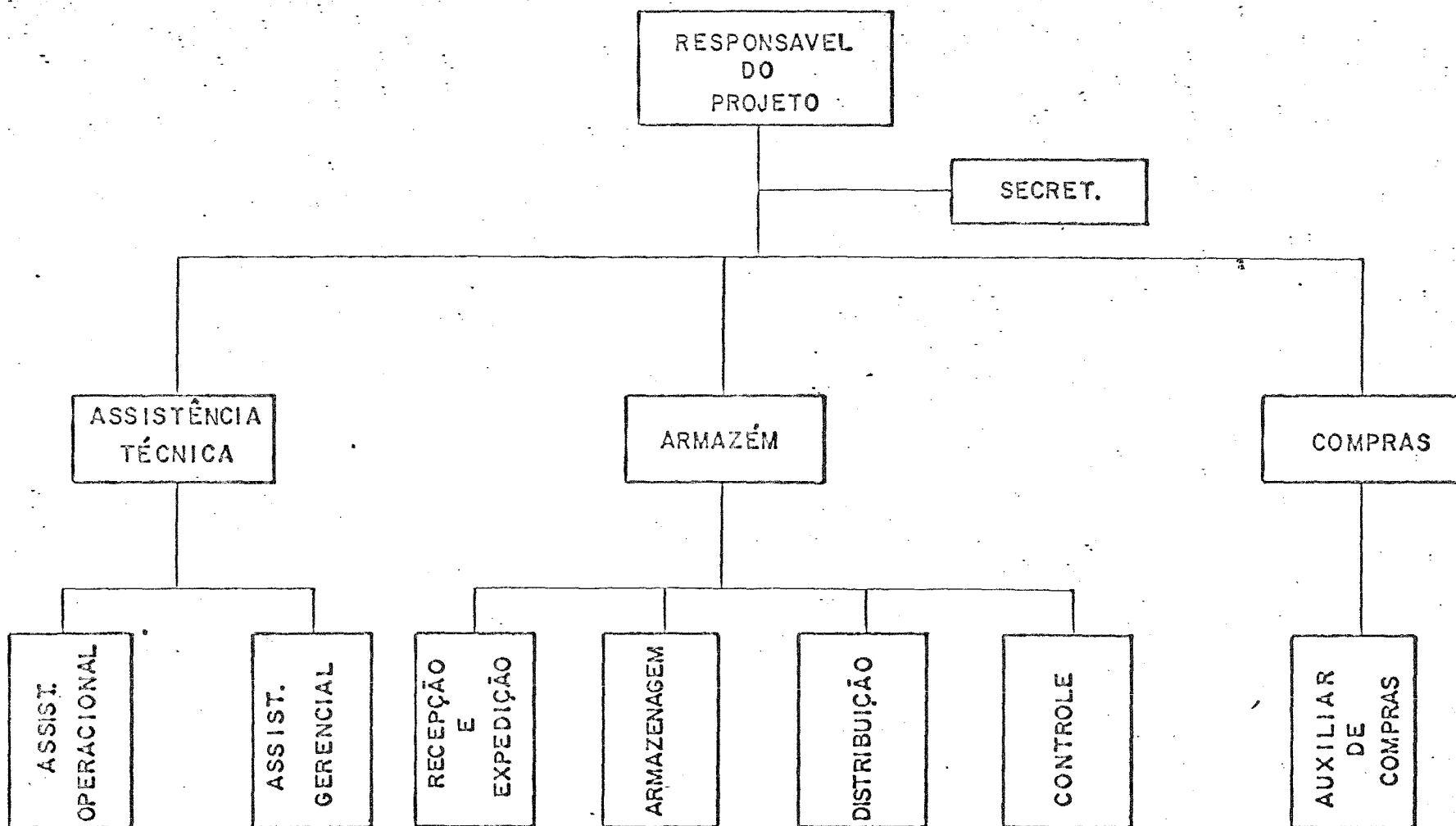
Elaborou-se o organograma da Central de Serviços da Grande Vitória, com base nos programas já implantados que se utilizam de uma estrutura adequada que supra as necessidades dos objetivos do Programa.

b) Quadro de Pessoal

O quadro de pessoal estimado é de 30 servidores, perfazendo um custo mensal de Cr\$ 217.923,35 (duzentos e dezessete mil, novecentos e vinte e três cruzeiros e trinta e cinco centavos), incluindo-se encargos sociais.

O faturamento da Central de Serviços da Grande Vitória processar-se-á na Sucursal Regional da COBAL, localizada no Rio de Janeiro, onde existem os equipamentos necessários para sua confecção, o que redundará numa minimização dos custos na implantação do Projeto.

ORGANIZAÇÃO E FUNÇÕES DE SERVIÇOS DA GRANDE VITÓRIA/ES



OBS.: 70% das compras serão realizadas pela Sucursal Sudeste, através da sede, localizada no Rio de Janeiro.

- O faturamento da Central de Serviços de Vitória será realizado na sede da Sucursal, onde existe equipamentos necessários, a fim de minimizar os custos operacionais.
- As Unidades Varejistas farão os pagamentos através dos Bancos Comerciais.

8 - ESTIMATIVA DE CUSTOS E RECEITAS OPERACIONAIS

Esta parte do trabalho consiste numa estimativa de orçamentação de custos e receitas operacionais mensais para a Central de Serviços da Grande Vitória.

A Central de Serviços da Grande Vitória terá uma área total do terreno de 10.000m², com área útil de cerca de 3.500m², cuja capacidade estática de armazenagem será de 3.000 m² e estoque em termos financeiros (estáticos) de Cr\$ 30.000.000,00 (trinta milhões de cruzeiros).

A orçamentação está dividida em 02 (duas) etapas: a primeira nos primeiros seis meses atenderá de 30 a 90 Unidades Varejistas (U.Vs.) e a segunda, no semestre subsequente, prevê-se o atendimento de 90 a 140 Unidades Varejistas.

PRIMEIRA ETAPA:

Receita - estimamos a receita em Cr\$ 15.000.000,00 (quinze milhões de cruzeiros), cuja arrecadação individual de cada U.V. estimado será de Cr\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil cruzeiros).

Margem Bruta de Comercialização (MBC) - estimada em 7,5% do lucro bruto.

Pessoal - o quadro de pessoal estimado é de 30 servidores, per fazendo um custo mensal de Cr\$ 217.923,00 (duzentos e dezessete mil, novecentos e vinte e três cruzeiros), incluindo encargos sociais.

CENTRAL DE SERVIÇOS DA GRANDE VITÓRIA

COMPOSIÇÃO DO CUSTO DE PESSOAL, MENSAL E ANUAL

QUANT.	FUNÇÃO ESPECÍFICA	CARGO	SALÁRIO UNITÁRIO EM CR\$ 1,00	SUB-TOTAL	ENCARGOS SOCIAIS	TOTAL MENSAL	GERAL ANUAL
1	GERENTE GERAL	ASS. TÉCNICO	13.974	13.974	6.312,05	20.286,05	243.432,60
1	DATILÓGRAFO	AUX. ADM.	3.153	3.153	1.424,21	4.577,21	54.926,52
1	CONTINUO	AUX. SERV. G.	1.961	1.961	885,78	2.846,78	34.161,36
1	MOTORISTA	MOTORISTA	2.757	2.757	1.243,98	3.997,98	47.975,76
10	SUPERVISOR	ASS. TÉCNICO	7.599	75.990	34.324,68	110.314,68	1.323.776,16
1	CARTAZISTA	AUX. ADM.	3.153	3.153	1.424,21	4.577,21	54.926,52
1	GER.ARMAZÉM	ASS. TÉCNICO	9.310	9.310	4.205,32	13.515,32	162.183,84
1	SUBGERENTE	ASS. TÉCNICO	7.599	7.599	3.432,46	11.031,46	132.377,52
2	EMISSOR DE NOTA DE ENTRADA DE MERCADORIA	AUX.ADM.	3.153	6.306	2.848,42	9.154,42	109.853,04
3	CONFERENTE	AUX. OPERAC.	2.754	8.262	3.731,94	11.993,94	143.927,28
2	OPERADOR EMPILHadeira	MOTORISTA	2.944	5.888	2.169,60	8.547,60	102.571,20
6	ESTIVADOR	AUX.OPERAC.	1.961	11.776	5.314,70	17.080,70	204.968,40
30				150.116	67.807,35	217.923,35	2.615.080,20

Imposto de Circulação de Mercadorias (ICM) - estimado em 14% sobre o lucro bruto.

Depreciação - calculado utilizando 10% de gastos com equipamentos (Cr\$ 9.000.000,00) e 15% de gastos com instalação (Cr\$ 9.000.000,00).

Seguros - estimado em Cr\$ 322.262,00 (trezentos e vinte e dois mil, duzentos e sessenta e dois cruzeiros), a nualmente, sendo Cr\$ 26.860,00 (vinte e seis mil, oitocentos e sessenta cruzeiros), mensalmente.

As outras despesas foram baseadas na média de valores existentes no balancete analítico, setembro/78, do AD e GEARE Vitória.

1a. ETAPA

I - ORÇAMENTO DE CUSTOS E RECEITAS MENSAL EM CR\$ 1,00

DISCRIMINAÇÃO	CR\$	%
1) Receita Total	<u>15.000.000</u>	
2) C.M.V. (Custo de Mercadorias Vendidas) ..	13.875.000	92,2%
3) Lucro Bruto (1 - 2).....	1.125.000	7,5%
4) Despesas Correntes (4.1+4.2+4.3)	1.096.633	
4.1 - Vendas Pessoal + Encargos Sociais..	217.923	
4.2 - Imposto Circulação de Mercadorias-ICM	157.500	
4.3 - Outras Despesas Operacionais	<u>721.210</u>	
- Luz, água, gás e força	10.000	
- Telefone	4.000	
- Malote	8.000	
- Material de Expediente	3.250	
- Conservação de Dependências	4.500	
- Guarda e Vigilância	6.000	
- Combustíveis e Lubrificantes ...	15.300	
- Manutenção e Conserto de Veícu - los e Equipamentos	10.000	
- Viagens e Estadias	50.000	
- Fretes, Carretos e Movimentação.	147.000	
- Depreciação (Equip. e Máquinas).	187.500	
- Aluguéis, Máquinas e Equip.Outros	10.000	
- Seguros (mercadoria, equip. e pré- dio)	240.000	
5) Resultado Operacional (3 - 4)	28.367	

II - Discriminação de Custos

A - Custo Fixo:

- Gastos com Pessoal	217.923,00
- Outras Despesas	574.210,00
Sub-total	<u>792.133,00</u>

B - Custo Variável

- CMV	13.875.000,00
- ICM	157.500,00
Sub-total	<u>14.179.500,00</u>

III - Ponto de Equilíbrio

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{RT}}$$

$$PE = \frac{792.133}{1 - \frac{14.179.500}{15.000.000}} = 4.481.407$$

$$RT = 15.000.000$$

$$(-) CV = 14.179.500$$

$$\text{Margem de Contribuição} = 820.500$$

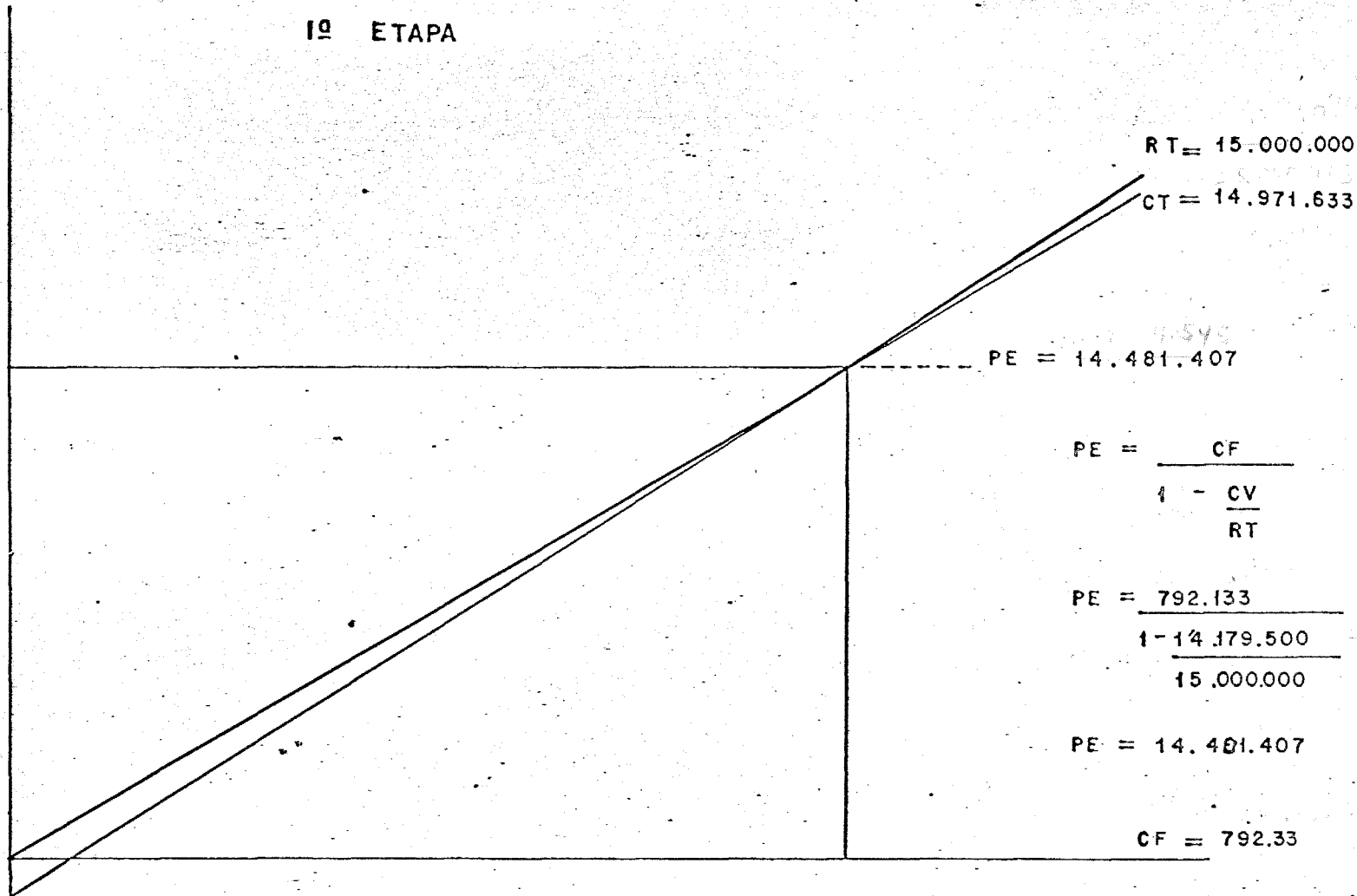
$$(-) CF = 792.133$$

$$\text{Lucro} = 28.367$$

CENTRAL DE SERVIÇOS DA GRANDE VITÓRIA
 PONTO DE EQUILÍBRIO EM Cr\$ 1,00

CT/RT

1ª ETAPA



RT = 15.000.000

CT = 14.971.633

PE = 14.481.407

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{RT}}$$

$$PE = \frac{792.133}{1 - \frac{14.179.500}{15.000.000}}$$

PE = 14.481.407

CF = 792.33

EM Cr\$ 1,00

2a. ETAPA

Receita - estimada em Cr\$ 30.000.000,00 (trinta milhões de cruzeiros).

Com excessão dos custos variáveis, (item ICM, fretes, carretos, movimentação e CMV); que variam de acordo com a receita prevista, consideramos os demais itens com Custos Fixos, cujos valores foram reajustados e, 40%, com base nas previsões dos índices inflacionários.

I - ORÇAMENTO DE CUSTOS E RECEITAS MENSAIS EM CR\$ 1,00

DISCRIMINAÇÃO	CR\$	%
1) Receita Total	30.000.000	100%
2) C.M.V. (Custo das Mercadorias Vendidas)	27.750.000	92,5%
3) Lucro Bruto (1 - 2)	2.250.000	7,5%
4) Despesas Correntes (4.1+4.2+4.3)	1.669.758	
4.1 - Vendas Pessoal+Encargos Sociais	217.923	
4.2 - Impostos/Circ.Mercadorias-ICM(2,8%).	315.000	
4.3 - Outras Despesas Operacionais	1.136.835	
- Luz, água, gás e força	20.000	
- Telefone	5.200	
- Malote	1.300	
- Material de Expediente	4.425	
- Conservação de Dependência	5.850	
- Guarda e Vigilância	9.100	
- Combustíveis e Lubrificantes	20.000	
- Manutenção e Const. de Veículos e Equipamentos	13.000	
- Viagens e Estadias	65.000	
- Fretes, Carretos e Movimentação ...	294.000	
- Depreciação (Equip. e Máquinas) ...	187.500	
- Aluguéis, Máquinas e Equip. Outros.	13.000	
- Seguros (mercadorias, equip. e prédio)	26.860	
- Outras	470.000	
5) Resultado Operacional (3 - 4)	580.242	1,93%

2a. ETAPA

II - Discriminação de Custos

A - Custos Fixos

- Gastos com Pessoal	217.923
- Outras Despesas	<u>841.235</u>
Sub-total	1.059.758

B - Custos Variáveis

- CMV	27.750.000
- ICM	315.000
- Fretes e Carretos	<u>294.000</u>
Sub-total	28.359.000

III- Ponto de Equilíbrio

$$PE = \frac{1.059.758}{1 - \frac{28.354.000}{30.000.000}} = 19.374.003$$

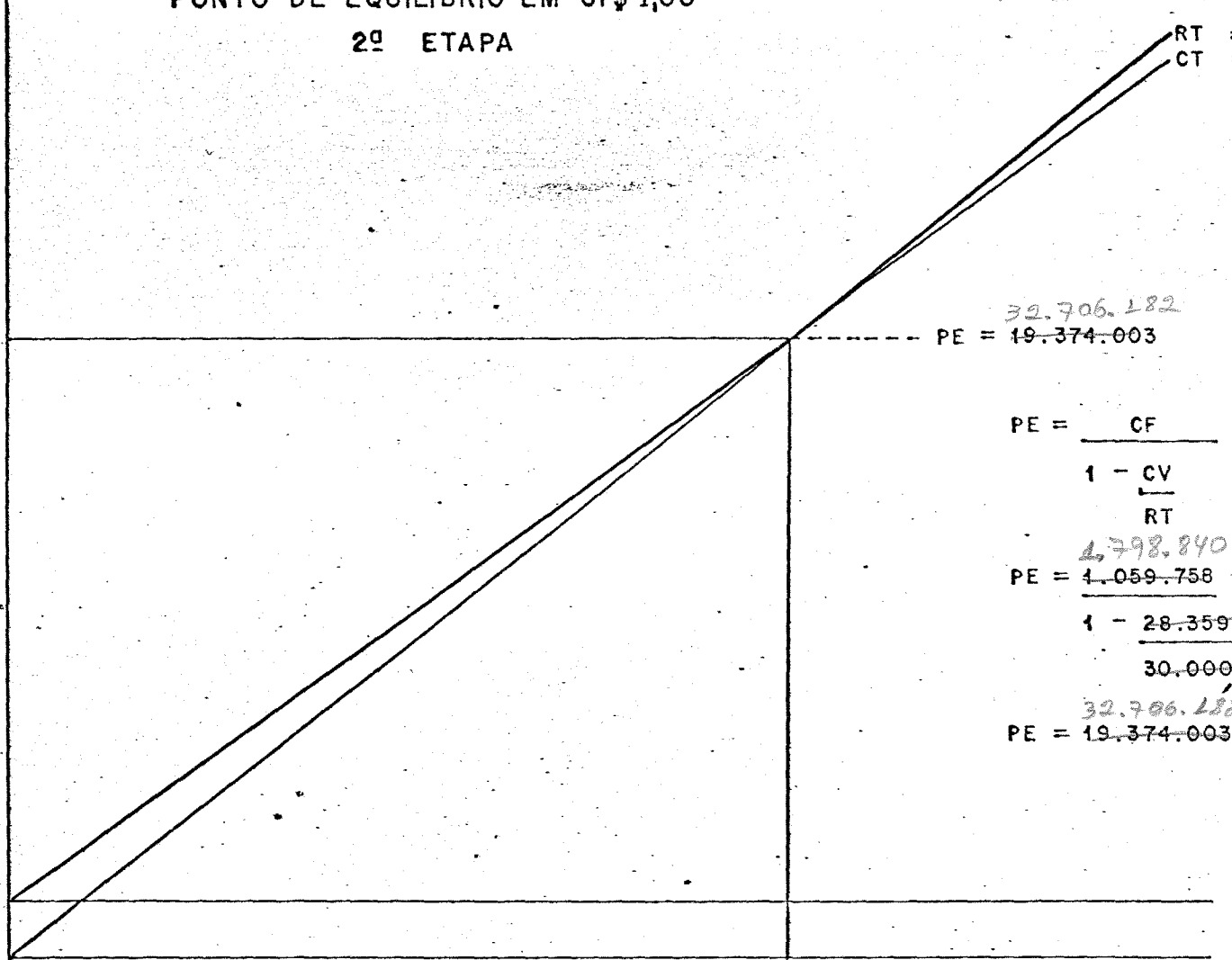
$$\begin{aligned} PE &= 19.374.003 \\ RT &= 30.000.000 \\ (-) CV &= 28.359.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Margem de Contribuição} &= 2.314.000 \\ (-) CF &= 1.059.758 \\ \text{Lucro} &= \underline{580.242} \end{aligned}$$

48.

CENTRAL DE SERVIÇOS DA GRANDE VITÓRIA
PONTO DE EQUILÍBRIO EM Cr\$ 1,00
2ª ETAPA

CT/RT



50.178.079
RT = 30.000.000
CT = 29.000.758
49.832.177

32.706.182
PE = 19.374.003

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{RT}}$$

4.798.840
PE = 4.059.758

1 - $\frac{28.359.000}{30.000.000}$ 47.433.337
50.178.079

32.706.182
PE = 19.374.003

EM Cr\$ 1,00

9 - BENEFÍCIO ECONÔMICO E SOCIAL DO PROJETO

Esta parte do trabalho procura relacionar algumas premissas, no sentido de se quantificar o benefício social proveniente de uma maior eficácia e eficiência de operação dos pequenos e médios varejistas integrados ao Programa de Cadeias Voluntárias que se pretende implantar na Grande Vitória.

Tais premissas baseiam-se em pesquisas de preços efetuadas junto a atacadistas locais, fornecedores atuais desses varejistas, em comparação com os preços atuais da COBAL, funcionando como eventual distribuidora de gêneros essenciais dentro do sistema proposto. A análise comparativa de preços baseou-se dentro de uma cesta básica de produtos com os atuais potenciais quantitativos mensais por família média da Grande Vitória, a partir da análise do Estudo Nacional da Despesa Familiar - Consumo Alimentar Antropometria para a Região IV - Minas Gerais e Espírito Santo da Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

O benefício econômico foi calculado a partir do percentual de diferença entre o custo atual de aquisição dos varejistas e o custo de aquisição destes como integrados ao Programa de Cadeias Voluntárias, sendo encontrado o diferencial de 19%. (Vide quadro A).

QUADRO A - PESQUISA PADRÃO DE PREÇOS DE UMA CESTA DE PRODUTOS PARA ATACADISTAS DA GRANDE VITÓRIA

PRODUTO	MARCA	TIPO	GRAMATURA	ESTABELECIMENTO DE GÊNEROS ALIMENTÍCIOS					DIFERENÇA DE PREÇOS DE CUSTO	
				1) Consumo Mensal Familiar	2) Preço medio Atacado Cr\$ 1,00	3) Preço COBAL Cr\$ 1,00	4) Custo mensal Atacado Cr\$1,00 (1x2)	5) Custo mensal COBAL Cr\$1,00 (1x3)	(4)	(5)
ARROZ	MARCEDADO	LONGO	5 Kg	19,9 Kg	66,86	49,81	266,10	198,24	67,86	
FEIJÃO	UBERABINHA	PRETO	1 Kg	8,6 Kg	12,97	9,33	111,54	80,24	31,30	
ÓLEO	PRINOR	SOJA	900 ML	1.912 ML	18,58	17,00	39,47	36,11	3,36	
AÇÚCAR	CRISTALÇUCAR	CRISTAL	2 Kg	13,08 Kg	16,54	13,54	108,17	88,55	19,62	
SAL	GLOBO	FINO	1 Kg	2 Kg	1,64	1,60	3,28	3,20	0,08	
SABÃO	RIO	TABLETE	200 grs	2 Kg	3,76	3,48	37,60	34,80	2,80	
MACARRÃO	APOLLO	COMPRIDO	1 Kg	2,80 Kg	8,43	7,92	23,60	22,18	1,42	
FARINHA DE TRIGO	VITÓRIA	PACOTE	1 Kg	0,79 Kg	4,41	4,27	3,49	3,37	0,12	
BATATA	-	INGLESA	1 Kg	4,50 Kg	6,96	6,20	31,32	27,90	3,42	
FOSFORO	PINHEIRO	PACOTE	10 unidades	4 unidades	3,12	2,57	1,25	1,03	0,22	
FARINHA DE MANDIOCA	LESTE	PACOTE	1 Kg	2,29 Kg	4,72	4,41	10,81	10,10	0,71	
BOMBRIL	BOMBRIL	PACOTE	10 unidades	4 unidades	3,73	3,14	1,49	1,26	0,23	
LEITE EM PÓ	NINHO	LATA	400 gs.	0,21 Kg	32,08	30,01	16,81	15,75	1,09	
ÁGUA SANITÁRIA	Q'BOA	TUBO	1 Litro	3 litros	5,50	4,50	16,50	13,50	3,00	
MARGARINA	CLAYBON	GRANEL	1 Kg	0,80 Kg	24,27	21,10	19,49	16,88	2,54	
EXTRATO DE TOMATE	PEIXE	COPO	200 gs.	200 gs.	10,53	9,11	10,53	9,11	1,42	
GOIABADA	PEIXE	LATA	700 gs.	541 gs.	16,54	13,79	12,78	9,88	2,90	
OVOS	-	-	1 dúzia	4 dúzias	14,00	12,01	56,00	48,04	7,96	
LEITE MOÇA	MOÇA	CONDESADO	395 gs.	1,58 Kg.	16,13	14,36	64,52	57,44	7,08	
DETERGENTE	ODD	TRAD.	500 ML	1000 ML	9,20	7,44	18,40	14,88	3,52	
T O T A L	-	-	-	-	-	-	853,11	692,46	160,65	
							19%	23%		

9.1. Análise Benefício/Custo em quinze anos

Considerando-se que a Central de Serviços vai oferecer estes produtos a preços mais baixos para os pequenos e médios varejistas, isto significará um benefício econômico para a sociedade e a quantificação de tal benefício foi feita da seguinte forma:

- a) 1º ano - tomou-se o valor das receitas mensais⁽¹⁾ dos três primeiros meses de implantação do Projeto (Cr\$ 45.000.000,00), multiplicou-se pelo ganho de preços (19%), obtendo-se o benefício para este ano de (Cr\$ 8.550.000,00).
- b) 2º ano - tomou-se o valor das receitas dos 3 primeiros meses (Cr\$ 45.000.000,00) acrescida da receita⁽²⁾ dos meses seguintes (Cr\$ 270.000.000,00) e multiplicou-se (Cr\$ 315.000.000,00 x 19% = Cr\$ 59.850.000,00), obtendo-se ... Cr\$ 59.850.000,00.
- c) 3º ano - tomou-se a receita anual (Cr\$ 360.000.000,00), obtendo-se a partir do terceiro ano o benefício de Cr\$.. 68.400.000,00 (360 milhões x 19%).
- d) transportando os valores dos benefícios futuros para o presente a partir do 2º ano, utilizando-se como índice de deflação a taxa de oportunidade de 11% ao ano, foram estimados os benefícios globais do Projeto da ordem de ... CR\$ 478.482.000,00 (quatrocentos e setenta e oito milhões e quatrocentos e oitenta e dois mil cruzeiros).

(1) Vide estimativa de custos e receitas da primeira etapa, parte referente a receitas.

(2) Vide estimativa de custos e receitas da segunda etapa, parte referente a receitas.

e) todos os custos, incluindo terreno e estoque inicial para o Projeto de Cadeias Voluntárias é igual a Cr\$ 50.297.490,12 (cinquenta milhões, duzentos e noventa e sete mil, quatrocentos e noventa cruzeiros e doze centavos), descontando-se desse valor 15% de Imposto de Circulação de Mercadorias - ICM (simples transferência dentro da própria economia), chega-se a um custo de Cr\$ 42.752.866,60 (quarenta e dois milhões, setecentos e cinquenta e dois mil, oitocentos e sessenta e seis cruzeiros e sessenta centavos) todo ele efetivado no primeiro ano de execução do Projeto.

9.2. Resultado da Análise Benefício/Custo

Calculando-se a matriz Benefício/Custo (quadro B) descontados à uma taxa de oportunidade de 11% ao ano, chega-se ao presente resultado.

$$B/C = \frac{478.482}{42.753} = 11,2 @ 11\%$$

QUADRO B - Matriz de Custo e Benefício do Projeto de Cadeias Voluntárias da Grande Vitória

Custos e Benefícios em Cr\$ 1.000,00

DISCRIMINAÇÃO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Custos	42.753	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
D.F. (11%)	1,0	0,901	0,812	0,731	0,659	0,593	0,535	0,482	0,434	0,391	0,352	0,317	0,286	0,258	0,232
V.P.	42.753														
Benefícios	8.550	59.850	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400
D.F.	1,0	0,901	0,812	0,731	0,659	0,593	0,535	0,482	0,434	0,391	0,352	0,317	0,286	0,258	0,232
V.P.	8.550	53.924	55.541	50.000	45.076	40.561	36.594	32.969	29.685	26.744	24.077	21.683	19.562	17.647	15.869
Benefício Líquido	(34.204)	57.000	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400	68.400

$$B/C = \frac{478.482}{42.753} = 11,2 @ 11\%$$

