

Orgânicos pelo preço do produtor: todos querem conhecer o Instituto Chão

Por Santini Daniel · 17/07/2015

Por Breno Castro Alves, publicado originalmente no [Draft](#)

[Cinco dos sete associados do Instituto Chão: Luiz Fernando Schreiner, Thiago Gardia, C](#)

Cinco dos sete associados do Instituto Chão: Luiz Fernando Schreiner, Thiago Gardia, Carol Morelli, Vitor Mortara e Vladimir Paternostro

Inaugurado no final de maio, o [Instituto Chão](#) vende produtos orgânicos e artesanais pelo preço do produtor. Mas é muito mais que isso. Eles são uma experiência socioeconômica: querem, entre outras coisas, provar que é possível eliminar do preço final os custos do ponto de venda. Para esclarecer o público desse funcionamento, o orçamento completo é exposto em um quadro negro, sobre o caixa, que também diz: “Nossa única fonte de financiamento são os frequentadores desse espaço”. Os sócios apostam que, dessa forma, seus custos operacionais serão cobertos por contribuições espontâneas de quem apoiar a proposta da casa.

O resultado é um café onde o expresso sai por 1,50 real e a torrada integral custa 80 centavos, ou 1,60 real, se você quiser doce de leite para acompanhar. O valor é quase 300% mais barato do que o equivalente no café em sua esquina, no coração do descolado bairro da Vila Madalena, em São Paulo. No hortifruti do Chão, o quilo da banana está menos de três reais e um brócolis inteiro sai por quatro, quatro e

cinquenta.

Eles também oferecem uma série de geleias, molhos, queijos e outros alimentícios artesanais na mercearia, além de bebidas, mudas de árvores frutíferas, plantas ornamentais e objetos de cerâmica. O preço chamou a atenção da região e a demanda cresceu rápido. Tão rápido que, se você quiser pegar a feira de orgânicos, precisa chegar lá antes do meio dia para garantir. O espaço fica aberto de quarta a sábado das 10h às 20h, na rua Harmonia 123.

A preocupação política está na raiz da iniciativa, iniciada pelos amigos de infância Thiago Guardia e Fabio Mendes, ambos com 30 anos. Thiago estudou Marketing e Fabio, Filosofia. Os dois trabalhavam juntos em uma clínica de saúde mental, onde desenvolveram durante alguns meses a ideia de transformá-la em uma associação sem fins lucrativos, mudando seu foco do business da doença para a promoção da saúde. Seguiram até o momento em que ficou claro que a diretoria não toparia aquelas propostas. Foi quando decidiram criar um caminho próprio, onde pudessem testar hipóteses mais solidárias e menos focadas em lucro.

Logo no começo, essa ideia também agregou os amigos Vladimir Paternostro, engenheiro ambiental de 30 anos, e Carolina Morelli, 35, formada em Psicologia. Durante o amadurecimento da ideia mais três amigos se juntaram: Luiz Fernando Schreiner, 31, formado em Engenharia Metalúrgica; Vitor Mortara, 28, com diploma em Letras; e Agatha Fernandes, 28, Ciências Sociais.

ELES QUERIAM FAZER ALGO HORIZONTAL, SOLIDÁRIO. FALTAVA ACHAR O RAMO

Já tinham uma proposta de formato — sabiam que seria algo horizontal e sem fins lucrativos — só precisaram entender o quê exatamente iriam fazer. Chegaram a pensar numa empresa de gestão de resíduos, reciclagem, depois surgiu a ideia de lidar com plantas ornamentais, que todos gostaram. Porém, ao pesquisarem

melhor o cenário, entenderam que a demanda maior mesmo é por alimentação.

Às terças, o local fica fechado e é dia de trabalho para os sócios. Todo mundo faz tudo

Às terças, o Instituto Chão fica fechado mas é dia de trabalho para os sócios. Todo mundo faz um pouco de tudo, pois não há outros funcionários

Encontraram um setor onde os pequenos produtores são historicamente mal remunerados. Os grandes varejistas trabalham com padronização de formato e cor dos vegetais, qualquer variação vira descarte. Também pagam pouco e geralmente em consignação, o que sobra é responsabilidade do agricultor buscar e dar conta das perdas. “Muitas vezes o cara se sente tão explorado que não quer esse acordo”, relata Thiago. Os sete sócios encontraram essa demanda e começaram a planejar o que seria o negócio. De cara, tiveram que trabalhar para resolver alguns entraves, como Thiago conta:

“A principal questão é viabilizar um ponto de distribuição onde os produtores não sejam totalmente esmagados pelo poder de barganha dos grandes compradores”

Montaram, então, uma rede de fornecedores com parceiros de produção artesanal ou orgânica, preferindo sempre aqueles com arranjos sem exploração de mão de obra. Nesta busca, enquanto formavam rede e conceito, encontraram a casa onde estão alocados hoje. O imóvel é propriedade do pai de Vladimir, um arquiteto que reformou o espaço e concedeu um período de carência ao grupo: seis meses sem pagar aluguel. Conta como investimento inicial, recurso colocado em troca de ver as tais novas relações socioeconômicas serem testadas.

QUANDO O EXCESSO DE SUCESSO É UM PROBLEMA

Com poucos dias de portas abertas, uma matéria no [portal Terra](#) lhes deu visibilidade e logo depois a cobertura do [Catraca Livre](#) catapultaria o Chão para os círculos de consumo consciente da Vila Madalena. A demanda explodiu e eles se afogaram no meio da logística de abastecimento, como Thiago conta:

“Foi um erro não esperarmos tanta gente. Com a correria, nossa proposta política foi ficando para escanteio em nome de girar a mercearia, abastecer a feira e atender as pessoas bem”

O excesso de sucesso, às vezes, é um problema. Eles, então, perceberam que ou davam um passo atrás, ou precisariam entrar na lógica de produzir para uma demanda sempre crescente, fazendo o Chão girar como empresa comum (algo que, por princípios, eles não querem). Decidiram segurar, reduzir os dias abertos do espaço. A terça-feira ficou reservada para receber produtores, mídia e outros parceiros, além de abastecer os estoques e colocar a casa em ordem. Foi neste dia que eu, repórter do Draft com laptop embaixo do braço, os encontrei por ali. Thiago assumiu a tarefa de responder minhas perguntas. Os outros corriam ao redor, abastecendo prateleiras e tudo o mais necessário para organizar a semana que estava começando. Fábio, atento, deixou contribuições à conversa enquanto descarregava produtos, suas asas logo mais neste texto foram proferidas com alguns quilos de vegetais frescos nas costas.

[As caixas \(agora vazias\) dos produtores se acumulam na garagem do imóvel do Instituto](#)

As caixas (agora vazias) dos produtores se acumulam na garagem do imóvel do Instituto Chão. Eles têm uma rede de fornecedores orgânicos, ou artesanais, preferindo sempre os que praticam comércio solidário

Durante a conversa, Pedro Carlos Pugliese Ribeiro, que planta na cidade de Cotia, encostou seu carro e começou a descarregar caixas de brócolis, repolho, couve e outras hortaliças. Pedro é simpático e tem aperto de mão forte. Sentou para conversar e começou a contar sobre seu processo produtivo, a difícil certificação orgânica e de como não vende para grandes redes: “Não vale a pena”. Seus clientes são alguns restaurantes na Vila Madalena e o Instituto Chão, apenas. O Chão costurou contatos como esse e hoje já conta com cerca de 50 fornecedores, muitos deles assentamentos rurais e cooperativas de agricultura familiar.

Outro dia, receberam um representante da Pullman, querendo colocar alguns pães da marca nas prateleiras do espaço, o que negaram. “Esse cara pode chegar com o preço que for, para a gente não faz sentido”, conta Fabio. “Preferimos ter esse pão mais caro e que a gente sabe como foi produzido, que veio de um pequeno empreendimento que respeita o meio ambiente.” Por enquanto, o Instituto trabalha com os seguintes panificadores: Empório Vida, Monama, Três Barras, Pão do Céu e logo vão começar com a Poliana.

MAS... COMO ASSIM NÃO COBRAR NADA ALÉM DO CUSTO?

Esta questão, que é definidora do espaço, é sedutora e um tantinho complexa. O quadro negro acima do caixa diz: “Tudo que é vendido ou servido aqui é repassado diretamente pelo preço de compra. Nossa única fonte de financiamento são os frequentadores do espaço”.

O mesmo quadro expõe todos os gastos da associação, a saber: Recursos Humanos, 28 000 reais; aluguel + IPTU, período de carência, impostos sobre doações, 1 566 reais; água, luz, telefone e internet, 2 350 reais; contabilidade, segurança e terceiros, 2 200 reais; comunicação, embalagens e TI, 2 100 reais; compra de equipamentos, 1 000 reais;

material de higiene e limpeza, 600 reais; tarifas bancárias e cartão, 2 062 reais; frete de produtos, 2 000 reais; perdas 1 400 reais. Total: 43 278 reais.

Gastos como transporte e impostos estão esclarecidos em cada produto. Praticam essa transparência radical para conscientizar o público sobre a proposta do espaço. No mesmo quadro, concluem e explicam que, para cada real vendido é necessário arrecadar 35 centavos para conseguir fechar as contas. Com uma abordagem sutil, convidam o público a contribuir. Há duas maneiras: fazendo uma doação livre (que pode ser acrescida ao preço final na hora de pagar a compra) ou tornando-se um aliado do Instituto, por meio de uma contribuição fixa de 60 reais por mês.

[Tudo que está nas prateleiras do Instituto Chão é vendido pelo preço do fornecedor. O](#)
Tudo que está nas prateleiras do Instituto Chão é vendido pelo preço do fornecedor. O
convidado a pagar algo a mais — se quiser, se puder

A ideia é que, no futuro, os aliados formem um tipo de conselho consultivo ampliado, com espaço para debater os rumos e influenciar decisões do Instituto, inclusive no reinvestimento do capital que, em outro modelo, seria absorvido como lucro do proprietário.

Em seu primeiro mês de atividade, ou melhor, em seus primeiros dezessete dias de portas abertas, conseguiram 104 aliados e muitas outras contribuições individuais, totalizando cerca de 22 000 reais via doação. Ainda é pouco perto dos quase 44 000 necessários para fechar o mês, mas ótimo para o começo da operação. Thiago entende que eles passam por um processo de compreensão: “Como foge muito da lógica habitual, precisamos de um tempo para o público entender. Mas estamos bem e acreditamos que nos dois próximos meses a gente já consiga chegar bem perto de cobrir os custos”.

Nos mesmos dezessete dias de operação, eles venderam 112 000 reais em produtos. Este é o faturamento total do espaço, até 30 de junho. O investimento inicial para abrir as portas do Instituto Chão foi de 355 mil reais (valor que cobre a reforma do espaço, compra de equipamentos, móveis e utensílios, consultoria jurídica e capital de giro). Para honrá-lo, os sócios amealharam 40 mil reais em uma campanha de financiamento coletivo, 83 430 reais de investimento (pessoal) dos associados e 230 mil reais de apoio para a reforma. A conta fechou em cima.

A UTOPIA DE UM COLETIVO, HORIZONTAL E (AINDA) SEM SALÁRIO

O fato de um café custar 1,50 reflete-se em outro: os sete sócios ainda não receberam qualquer retorno financeiro pela iniciativa. Eles projetam um salário de 4 000 reais para cada um, e imaginam que este modelo seja sustentável no médio prazo mas que, agora, é o momento de investimento pessoal de cada um. O grupo não tem problemas em admitir que está perseguindo uma utopia. Estão experimentando um modelo novo, potencialmente disruptivo, ainda sem saber onde pode dar, como diz Thiago:

“Claro que a utopia não é possível todo dia, mas é uma perspectiva”

Sobre o processo decisório, entendem que a proposta horizontal exige trabalho diário e sabem que quanto maior o Chão for, mais difícil será se organizarem desta forma. “Mas isso é das coisas mais importantes do projeto, se for pra crescer de outro jeito preferimos não fazer”, afirma Thiago. Toda segunda-feira, realizam uma reunião de avaliação e definição de rumos. Não há hierarquia, ninguém é chefe de ninguém e todos têm o mesmo poder de decisão. Trabalham na busca pelo consenso, mas com um limite saudável de gasto de energia. Se necessário, votam.

A divisão de tarefas começou a se delinear, mas não se estabeleceu, ainda estão entendendo como cada um lida com as diferentes tarefas. Essa flexibilidade se reflete também na compreensão da vida pessoal dos sócios, com suas limitações e potências. Por exemplo, Fabio e Carol têm uma filhinha pequena, então não conseguem estar ali tanto quanto outros, mas o grupo entende que isso é normal e que é seu papel considerar também as demandas pessoais de cada um. “Se a gente começar a engessar a estrutura, a cobrar horário, voltamos à lógica da exploração”, diz Thiago. Neste dia Fabio estava lá, organizando produtos na estante até as 22h. Carol, não.

Pergunto a Thiago, então, como estão trabalhando sem receber. “Várias vezes eu me questionei, ‘quase não tenho mais um real no banco, quanto tempo a gente aguenta até isso virar?’”. Eles têm um plano B na manga. Se a coisa realmente apertar, podem passar a praticar dois preços: um para aliados e outro para o público em geral, mas sabem que isso mataria o conceito e preferem deixar o plano B bem guardado na gaveta. Thiago fala a respeito:

“Queremos muito que dê certo nesse formato. Vai, e se der medo, vai com medo mesmo”

Provoco um pouco mais: e se cobrassem só um pouquinho, 10%, não estariam mais tranquilos? Não. Eles querem testar o conceito até o limite. Esta é apenas a primeira iniciativa da associação Instituto Chão, que, para além do hortifruti bacana no coração da Vila Madalena, pretende seguir experimentando novos arranjos socioeconômicos. “Realmente acredito que não conseguiremos falar em democracia enquanto a máquina política for regida por um poder econômico centralizador e autoritário. A questão econômica é o grande nó a ser desatado. Liberdade é em sociedade, liberdade individual só vem na morte.

Considero que quanto mais livre o outro for, mais eu serei. Isso é a essência do nosso trabalho aqui”, afirma Thiago, com os pés bem firmes no chão.

- **DRAFT CARD**

- ProDraft Card Logojeto: Instituto Chão
- O que faz: Experimenta comércio sem fins lucrativos
- Sócio(s): Thiago Guardia, Fabio Mendes, Vladimir Paternostro, Luiz Fernando Schreiner, Vitor Mortara, Agatha Fernandes e Carolina Morelli
- Funcionários: apenas os 7 sócios
- Sede: São Paulo
- Início das atividades: maio de 2015
- Investimento inicial: R\$ 355.430
- Faturamento: R\$ 134.000 (no primeiro mês de operação)
- Contato: [\[email protected\]](#) e (11) 3530-0907

Publicado originalmente no [site do Draft](#)