

A CONQUISTA DO CENTRO-OESTE

Texto: Liana John



Elza Fluzza

AS PRINCIPAIS EMPRESAS DA REGIÃO CENTRO-OESTE *

Empresa	Faturamento	N.º de Lojas	Metragem Total	N.º de Funcionários
Epa Supermercados S/A (MG)	4.650	20	11.990	1.035
Ribeiro Nunes & Cia. Ltda. (MG)	3.047	21	12.229	853
Cerealista Raquel Ltda. (MG)	1.418	6	3.670	307
Dias Noletto S/A Ind. e Comércio (DF)	1.361	7	4.800	480
Orgasa Supermercado Ltda. (MG)	1.360	8	3.955	320
Ita Supermercados e Transp. S/A (MG)	1.338	106	3.670	385
Irmãos Soares (MT)	1.131	5	3.525	300
Irmãos Souza & Cia. (GO)	1.108	9	10.030	401

Fonte: Pesquisa Revista Superhíper.

* Consideradas apenas as empresas com sede na região, ou seja, nos Estados: Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Minas Gerais, e que responderam ao questionário de Superhíper.

Enquanto as redes nacionais de supermercados faturam alto no Plano Piloto, as redes regionais concorrem com o varejo tradicional nas cidades-satélites.

Região de imensos territórios e poucos aglomerados urbanos, antes de mais nada, o Centro-Oeste é uma grande mistura de costumes de outros estados, aliada a um tradicionalismo próprio do interior do país. No meio do caminho entre o desenvolvimento do sul e o desejo de ocupação e integração da Amazônia, o Centro-Oeste reúne habitantes de todo o Brasil, em busca de uma chance numa região que começa a ficar economicamente importante.

Do peão nortista ou nordestino ao fazendeiro do sul, os habitantes da região freqüentemente se mostram consumidores típicos da província. Ou seja, são um pouco arredios a inova-

ções e equipamentos modernos de varejo como os supermercados.

Mesmo nas capitais, onde existe tudo para o bom desenvolvimento do auto-serviço, o varejo tradicional ainda é forte. A presença dos supermercados, mesmo que altamente profissionais e atualizados, parece apenas disfarçar a resistência do consumidor. Assim é até mesmo com Belo Horizonte que, apesar de grande, preserva sua tradição.

A única exceção, claro, é Brasília, que pela sua condição de capital federal reúne consumidores de classe média alta e alta, acostumados a viajar e freqüentar os melhores centros de compras do país e do mundo.

Felizmente, para os supermercados e shopping centers, essa região também tem um grande contingente de jovens, um público bem mais receptivo a modernas técnicas de abastecimento e compras.

Saindo das capitais e das maiores cidades, entretanto, nem mesmo o público jovem e os poucos gatos pingados pertencentes à classe média podem garantir uma expansão tranqüila ao auto-serviço. Muitas vezes faltam condições mínimas para a instalação de balcões frigoríficos, por exemplo.

Ou, pelo menos é o que conta o gerente de um supermercado da Cobal, em Araguaína, no estado de Goiás: "a constante falta de energia prejudica o atendimento aos clientes, pois toda a energia da cidade (que tem 90 mil habitantes) é gerada praticamente por motor, que geralmente queima".

Nestas localidades, quase só existem os supermercados e postos avançados da Cobal, competindo diretamente com as feiras-livres, pequenos armazéns, mercearias locais e mercados municipais e cumprindo sua função de reguladores de preços. Mas nem por isso deixando de ganhar, é evidente: nesse supermercado de Araguaína, com seus 260 m² de área de vendas, a Cobal já chegou a faturar Cr\$ 20 milhões mensais.

Apesar do precário mercado consumidor que parece aqui se delinear, não se deve esquecer que essa região foi a que apresentou os maiores índices de crescimento populacional, conforme os dados preliminares do Censo 80. E com o crescimento da população vem o desenvolvimento das atividades terciárias.

Isso sem contar a necessidade, cada vez mais imperiosa, do Centro-Oeste industrializar seus próprios produtos. Por enquanto, praticamente toda a produção agrícola da região é exportada sem passar por nenhum processo de transformação. Com os altos custos do transporte, porém, cresce a necessidade de industrialização nos estados produtores. O que certamente acarretará um desenvolvimento ainda maior do mercado consumidor e do comércio. ■



Marcelo Prates