

O "ELDORADO" MATOGROSSENSE SE MATERIALIZA

texto: Liana John
fotos: Cristina Villares

Entre as 5 capitais brasileiras que mais cresceram, Campo Grande e Cuiabá revelam-se promissoras para o comércio varejista.

É difícil falar dos mercados do Mato Grosso e Mato Grosso do Sul sem mencionar a divisão do antigo estado do Mato Grosso, oficializada em 1977 e efetivada em 1980. Não que a expansão da economia matogrossense não viesse acontecendo antes da divisão, mas porque foi com a nova estrutura administrativa (e os incentivos daí advindos) que os dois estados passaram a ser o principal pólo de produção de grãos do país.

Tendo a agropecuária como sua atividade mais importante, os dois estados são responsáveis pela segunda maior produção de arroz do país e o terceiro maior rebanho bovino. Seu comércio já arrecada 40% do ICM dos dois estados e conforme declarou o diretor da Eletromóveis Ltda. à revista Mercado Global, os "hábitos

do consumidor matogrossense são bastante semelhantes aos do consumidor do sul".

A região toda tem quase 1,2 milhões de km² ou cerca de 15% do território nacional, sendo 350.500 km² do Mato Grosso do Sul e 800 mil km² do Mato Grosso. As duas capitais figuram entre as cinco que mais cresceram entre 1970 e 1980, conforme dados preliminares do Censo 80. Abaixo apenas de Brasília, Cuiabá (MT) apresentou um índice de crescimento de 117%, contando atualmente com 219.262 habitantes. Em quarto lugar entre as que mais cresceram, logo após Porto Velho, Campo Grande (MS) aumentou em 112% sua população, passando para 297.632 habitantes. E note-se que a média brasileira de crescimento, nas capitais foi de 67,8% nestes dez anos.

Espaço aberto para varejistas

Atrás do crescimento populacional das capitais e principais cidades

dos dois estados, verifica-se um grande fortalecimento do setor terciário e, em especial, das atividades comerciais. Um dos indicadores mais claros disso parece ser o ritmo acelerado de registro de novas firmas na Junta Comercial de cada estado.

Segundo a revista Mercado Global, apenas de janeiro a abril de 1979 cerca de 1.090 novas firmas foram registradas em Mato Grosso (do Norte), sendo 666 destas de comércio varejista. Em Mato Grosso do Sul, do princípio de 79 até meados de maio do mesmo ano, registraram-se nada menos que 1.530 novas firmas.

"Este indicador da conjuntura econômica matogrossense pode dar uma idéia de quanto o consumo de mercadorias tende a aumentar numa escala geométrica, tanto em termos reais como em termos potenciais", diz a revista Mercado Global.

E o aumento de lojas de auto-serviço, de 1980 para 1981 confirma os indicadores apresentados. Em 80, o estado de Mato Grosso (ainda antes da divisão efetiva) tinha 296 supermercados, conforme o Centro de Informações Econômico-Fiscais da Receita Federal. Em 81, o Mato Grosso do Sul tinha 260 supermercados e o Mato Grosso, 161, o que significa um crescimento de 42%, considerando-se os dois novos estados juntos.

Mas esse desenvolvimento do setor terciário não veio em detrimento do setor primário, que continua sendo o forte da nossa fronteira agrícola. Na micro-região de Campo Grande, por exemplo, aproximadamente 32% da população é economicamente ativa. Sendo que 51% dos trabalhadores está ligado ao setor primário; 34% ao terciário e somente 15% à incipiente indústria.

Na micro-região da Baixada Cuiabana, cerca de 29% da população é economicamente ativa, sendo 44% empregada na agricultura, 42% no setor terciário e 14% no secundário.

Irmãos Soares, uma das redes locais de auto serviço que procura competir com o Morita e o Pão de Açúcar.



Feira-livre em Campo Grande é à noite. E tem de tudo, do churrasquinho ao prato japonês, passando, é claro, pelos hortifrutí.

Compras noturnas para combater o calor

Apesar de não existir uma fonte pronunciada de abastecimento em Campo Grande (MS), há uma particularidade na venda de hortifrutigranjeiros: às quartas e sábados a feira-livre é à noite. É que a cidade é muito quente, anda sempre por volta dos 40 graus, e à noite os consumidores ficam mais à vontade para fazer suas compras.

Geralmente vai a família inteira à feira, que conta também com muitas barraquinhas de comida pronta, espalhadas pelas quadras do centro da cidade. E não é só pastel: tem churrasquinho, sanduíche e até pratos japoneses! A colônia japonesa lá é uma das maiores do Brasil, depois do Estado de São Paulo e não raro se encontram descendentes de japoneses comendo de palitinho entre uma barraca de abobrinhas e outra de frutas.

Com a afluência cada vez maior de público, essas duas feiras au-

Na periferia ainda imperam os "bolichos", pequenos armazéns com um número de itens bastante reduzido.

mentaram bastante o número de itens vendidos, passando a oferecer alumínio, calçados, lingerie, brinquedos e perfumaria, além dos hortifrutí. Mesmo assim sua representatividade não é grande em termos de abastecimento.

Ao seu lado, existem as feiras normais, até a uma da tarde e os "bolichos", como são chamados os armazéns, talvez por influência de bolivianos ou paraguaios ali próximos da fronteira.

Os "bolichos" abastecem as classes mais baixas, na periferia das cidades. São muito pequenos e oferecem um número de itens muito reduzido, a preços altos. Muitos deles hoje estão integrados à rede Somar e hoje já contam com a cesta básica de alimentos a preços um pouco mais acessíveis.

Bastante representativos também são os atacadistas, dado a distância de Campo Grande em relação aos centros fornecedores. Além de abastecer os "bolichos", os atacadistas também respondem pelo fornecimento a pequenas lojas de auto-serviço.

"São muitas as empresas de uma loja só", conta Nelson Veiga, que já foi presidente da Associação Matogrossense de Supermercados e atual-

mente é assistente da diretoria dos Supermercados Morita (SP). "Mas a verdade é que poucas dessas empresas podem responder pelo conceito de supermercado, apesar de utilizarem o auto-serviço", diz.

A maior rede de supermercados local, conforme Nelson Veiga, é a Irmãos Soares, com 5 lojas. Ela é pioneira em Campo Grande e já chegou a ter 7 lojas. Em segundo lugar, ainda a nível local, tem os Supermercados Líder, com 4 lojas.

O Morita tem lá quatro lojas e uma área já adquirida para a construção de um shopping center de conveniência. Quer dizer, um shopping relativamente pequeno (30 mil m² de área total) com o supermercado e o magazine Morita como lojas-âncora e demais espaços preenchidos pelo varejo especializado.

Jumbo, Morita e Cobal, sem hostilidades

No Mato Grosso (do Norte) a situação é praticamente a mesma que em Campo Grande, só não existe a feira noturna. Existem os mesmos "bolichos" e uma rede de supermercados local, chamada Cecília, com 7 lojas, que é a maior.

A concorrência mais acirrada mesmo fica entre duas cadeias paulistas de auto-serviço e a Cobal, que mantém em Cuiabá um supermercado próprio e o fornecimento aos varejistas da rede Somar. Ainda segundo Nelson Veiga, do Morita, "o supermercado da Cobal tem bom relacionamento com as empresas lá instaladas, não as hostiliza em termos de preços e atende às populações de mais baixa renda. Nem mesmo com a chegada da rede Somar houve qualquer influência ou diminuição nas vendas dos supermercados".

O Morita mantém em Cuiabá 4 lojas, sendo um hipermercado, um supermercado e duas lojas de sortimento limitado. Concorre mais diretamente com estas lojas o Pão de Açúcar, com dois Jumbos, um supermercado e duas ou três lojas de sortimento limitado. Mas a concorrência também não é hostil: há lugar para todos e muito ainda a se desenvolver nestes dois mercados do chamado "Eldorado Brasileiro". ■

