

# O PARQUE DISTRIBUTIVO DE ALIMENTOS NA CIDADE DE CAMPO GRANDE: um estudo comparativo

Lucas Frazão Silva<sup>1</sup>  
Rita Margarete Donato<sup>1</sup>  
Luiz Carlos Fabrini Filho<sup>1</sup>

## 1 - INTRODUÇÃO

A situação do abastecimento em cidades de médio porte apresenta comportamentos específicos que devem ser analisados sob a ótica dessas especificidades. Diferentemente dos grandes centros que tiveram um crescimento desordenado, rápido, com bolsões de miséria na periferia e embrenhados pela região central, as cidades de médio porte ainda preservam algum tipo de crescimento planejado.

A localização espacial dos equipamentos, como bares, restaurantes, empórios, supermercados e hipermercados, está diretamente associada ao modo como as cidades são organizadas, ou seja, seu planejamento urbano, sua topografia e suas principais vias de acesso e circulação de mercadorias.

Depois de décadas de preocupações com aspectos de abastecimento, como suficiência de estoque de alimentos e condições de armazenamento, outras questões que surgem agora estão mais associadas à capacidade de colocação de produtos com custos reduzidos, até mesmo pelas novas condições de acesso a gêneros básicos pelas populações de baixa renda.

No Brasil, atualmente, como em outros países, a comercialização de alimentos *in natura* (frutas, verduras, legumes e ovos), semi-elaborados (arroz, feijão, carnes, pescado e leite) e industrializados (massas, óleos, enlatados, derivados de carne e leite), realiza-se, principalmente, através da utilização de equipamentos do tipo auto-serviço. Assim, praticidade, conveniência, preço, variedade de produtos, conforto, rapidez e segurança surgem como vantagens comparativas que fornecem sustentação a este modelo de distribuição de alimentos.

---

<sup>1</sup>Pesquisador do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação (NEPA)/UNICAMP - Cidade Universitária "Zerferino Vaz" - Campinas-SP.

## 2 - A PRETEXTO DE UM ENSAIO METODOLÓGICO

O entendimento das formas de comercialização e de como se agrupam os diversos equipamentos de abastecimento em uma cidade obedece a uma lógica que relaciona espaços geográficos com potencial de demanda, com facilidades de acesso e pontos de alta circulação populacional. Derivado disso, foram mapeados os equipamentos de abastecimento (supermercados, mercados, panificadoras, açougues, mercearias, sacolões e quitandas) num mapa geográfico da cidade de Campo Grande, obtendo-se um desenho do sistema de varejo da cidade, com a distribuição espacial desses equipamentos de abastecimento de alimentos.

A relação dos equipamentos foi fornecida pelo Cadastro de Contribuintes da Secretaria Municipal de Finanças (SECRETARIA, 1994). Nota-se que o número de estabelecimentos mapeados corresponde à quase totalidade dos equipamentos constantes no Cadastro (Tabela 1), sendo a diferença devido a falhas no cadastro, como identificação incompleta, endereços inexistentes, etc., mas com pouco significado no quadro geral.

A cidade foi dividida em cinco macro-regiões<sup>2</sup> (NEPA, 1996a), possibilitando análises nessas diferentes regiões por meio de cruzamento de dados do consumo da população, obtidos pelo Inquérito de Consumo realizado pelo NEPA em 1995 (NEPA, 1996b) nos bairros das diferentes macro-regiões, com as formas e fluxos de comercialização nos equipamentos pontuados no município.

As informações mais gerais do parque distributivo do país, levantadas por meio de da-

---

<sup>2</sup>A demarcação das cinco macro-regiões (Norte, Sul, Leste, Oeste e Centro) foi estabelecida pelo Sistema Cartográfico Municipal (SCM).

TABELA 1 - Número de Estabelecimentos Mapeados por Equipamento, Campo Grande, 1994

Equipamentos	Nº estabelecimentos	Nº estab. mapeados	% mapeados
Mercearias	764	638	83,5
Supermercados	52	49	94,2
Açougue	480	431	89,8
Supermercados c/ lojas departamento	14	13	92,9
Quitandas	37	36	97,3
Mercados	66	56	84,8
Sacolões <sup>1</sup>	94	89	94,7
Confeitaria e padaria	349	290	83,1
<b>Total</b>	<b>1.856</b>	<b>1.602</b>	<b>86,4</b>

<sup>1</sup>Os dados deste equipamento foram extraídos do item “Frutas e Legumes” (classificação do Cadastro de Contribuintes), que agrega também as lojas da CEASA local (em número de 28).

Fonte: SECRETARIA, 1994.

dos secundários, foram comparadas com as da cidade de Campo Grande, o que permite sugerir modelos de comportamentos em cidades de porte médio.

### 3 - PERFIL DOS EQUIPAMENTOS DE ABASTECIMENTO

#### 3.1 - Brasil

A tipologia clássica dos equipamentos, de uso corrente pelos estudiosos, define supermercados como “*lojas de auto-serviço (pegue e carregue) pelos clientes, com alguns setores oferecendo serviços e com linha completa de itens alimentares e não-alimentares...com cerca de 2 mil metros quadrados e 12 mil itens*” (WEDEKIN e NEVES, 1995). Segundo os mesmos autores, os hipermercados “*são enormes áreas de auto-serviço, com a oferta de extensa gama de produtos alimentares e bebidas...com mais de 50% de seu faturamento obtido com outros itens, como roupas, artigos esportivos, artigos para residências, acessórios de carros, etc.*” Por sistema tradicional entende-se loja com atividade mais intensa de balconistas em contato com o público (armazéns, mercearias e padarias), interferindo diretamente nas atividades de compra.

A estrutura do setor de auto-serviços no Brasil tem mantido uma tendência de crescimento e, em 1994, já mostrava a predominância de equipamentos tipo supermercados, podendo

ser verificada utilizando-se indicadores como área construída ou número de lojas (Tabela 2).

TABELA 2 - Estrutura do Setor de Auto-serviços, Brasil, 1994

Item	Hipermercados <sup>1</sup>	Supermercados <sup>2</sup>
Área de vendas (m <sup>2</sup> )	822.883	7.947.626
Lojas (nº)	115	11.080
Check-outs (nº)	6.259	68.570
Funcionários (nº)	45.494	389.476

Item	Lojas de conveniência <sup>3</sup>	Lojas de variedade limitada <sup>4</sup>
Área de vendas (m <sup>2</sup> )	48.938	132.961
Lojas (nº)	295	401
Check-outs (nº)	579	1.254
Funcionários (nº)	4.079	4.436

<sup>1</sup>2,5 a 20 mil m<sup>2</sup> de área e de 25 a 50 mil itens gerais.

<sup>2</sup>0,4 a 2,5 mil m<sup>2</sup> e de 12 a 25 mil itens.

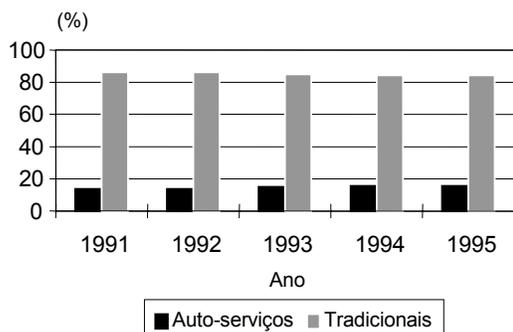
<sup>3</sup>pequena variedade de itens.

<sup>4</sup>pequenos entrepostos com grande especialização e prestação de serviços (boutiques de alimentos).

Fonte: WEDEKIN e NEVES, 1995.

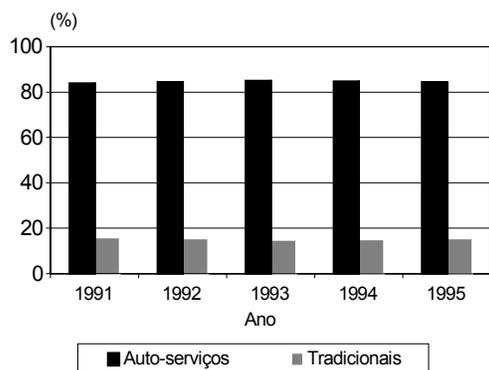
A permanência do expressivo número de lojas do tipo tradicional, como armazéns, mercearias, empórios e padarias (Figura 1), pode ser uma característica do modelo distributivo moderno, em que nem todo o “espaço comercial” ou mercado é preenchido pelos equipamentos maiores como os supermercados, e ainda restam franjas de consumo a serem desfrutadas pelos representantes do modelo tradicional de comercializar alimentos, embora o maior peso do fatura-

mento global pertença ao setor de auto-serviços (Figura 2). Como afirma CYRILLO (1987) “esta franja tem importante papel para o funcionamento de tal mercado, pois abastece parcelas que ainda não são de interesse do segmento dominante, além do fato de diminuir atenção sobre o efetivo poder do grupo”.



**Figura 1** - Participação Percentual de Equipamentos de Auto-serviços e Tradicionais sobre o Número de Lojas, Brasil, 1991-95.

Fonte: GONZALIS (1996).



**Figura 2** - Participação Percentual de Equipamentos de Auto-serviços e Tradicionais sobre o Volume de Vendas, Brasil, 1991-95.

Fonte: GONZALIS (1996).

O faturamento, é de 82,1% concentrado em auto-serviços, na região onde se localiza a cidade de Campo Grande (área VII), compreendendo dois Estados - Goiás e Mato Grosso do Sul - com áreas de baixa densidade demográfica, e a cidade de Brasília, de perfil populacional distinto daqueles (Tabela 3). O número de lojas definidas como auto-serviço, participando com 24,8%, é superior ao comportamento geral observado em outras regiões, segundo o CENSO

NIELSEN (1997), demonstrando que existe uma lógica dentro do processo distributivo associado às questões de concentração urbana. A cidade de Brasília, dadas suas particularidades de população e renda, pode estar acrescentando maior concentração a esta região, onde se localiza a cidade de Campo Grande, até mesmo comparativamente à área IV - grande São Paulo.

**TABELA 3** - Participação Percentual de Auto-serviços sobre o Número de Lojas e Faturamento, Regiões Definidas pelo Censo Nielsen, Brasil, 1995

Item	Lojas	Vol. de vendas
Área I: CE/AL/RN/PB/PE/SE/BA	10,1	82,4
Área II: MG/ES/ Interior de RJ	14,4	71,1
Área III: Grande RJ	10,5	87,5
Área IV: Grande SP	18,8	92,6
Área V: Interior de SP	17,5	85,7
Área VI: PR/SC/RS	19,9	85,4
Área VII: GO/MS/DF	24,8	82,1
Brasil	15,5	84,4

Fonte: GONZALIS, 1996; CENSO NIELSEN, 1997.

Mas, no cômputo geral, pode-se notar que existem correlações definidas entre os processos de distribuição de alimentos em todas as regiões observadas, demonstrando que o setor de supermercados já sustenta uma maturidade na área de serviços.

A comparação entre o número de lojas tipo auto-serviços e lojas tradicionais (onde normalmente a presença do balconista é fundamental), no Brasil, indica duas posições: a primeira diz respeito à estabilidade entre esta comparação nos últimos anos e a outra, à necessidade da existência de um espaço para a manutenção de lojas tipo tradicional, até mesmo para ocupar pontos de vendas em áreas de risco para grandes investimentos ou oferecer condições adequadas principalmente para populações de baixa renda (Figura 1).

O número de equipamentos do tipo tradicional é superior ao de auto-serviços, (Figura 1) (acima de 80% nos anos pesquisados), mas ocupando áreas de venda inferiores ao do setor supermercadista (Figura 2), invertendo a situação anterior, com um volume acima de 80% das vendas para os mesmos anos. Isso mostra uma diferença percentual que permanece constante

entre os anos de 1991 e 1995, tanto na quantidade de equipamentos como no volume de vendas, o que supõe uma estabilização no mercado varejista, tomando-se a distribuição dos equipamentos tradicionais e de auto-serviço. Estes dados ainda permitem indicar que os equipamentos tradicionais continuarão com uma parcela pequena do volume de vendas e mesmo tendo uma maior quantidade de estabelecimentos, permanecerão como franjas desta estrutura oligopolista.

### 3.2 - Campo Grande

O município de Campo Grande, capital do Estado do Mato Grosso do Sul, possui uma população de 525.612 habitantes, dos quais 98,5% estão concentrados na região urbana (ANUÁRIO, 1994). A população da área rural (7.430 habitantes) está agrupada nos diversos estabelecimentos agropecuários, em pequenas propriedades (Tabela 4).

TABELA 4 - Estrutura Fundiária do Município de Campo Grande, Estado do Mato Grosso do Sul

Grupos de Área (ha)	Estabelecimentos (n°)	Área (ha)
Menos de 10	267	1.269
10 a menos de 100	378	13.142
100 a menos de 1.000	367	132.439
1.000 a menos de 10.000	157	364.606
10.000 e mais	2	75.000
Total	1.171	586.461

Fonte: ANUÁRIO ESTATÍSTICO DO MATO GROSSO DO SUL, 1990.

A cidade de Campo Grande apresenta topografia plana e uma malha viária interligando de forma eficiente as cinco macrorregiões. O parque geo-distributivo<sup>3</sup> dos equipamentos está concentrado na região central, ramificando-se pelas principais vias em direção à periferia das regiões, com predominância nas regiões sul e oeste (Figura 3).

<sup>3</sup>O mapa com a geo-distribuição dos equipamentos do município de Campo Grande está no Relatório Final do Projeto Combate à Fome (NEPA, 1996), executado pela Prefeitura Municipal, pela Secretaria Municipal da Criança e do Adolescente e pelo Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação/UNICAMP.

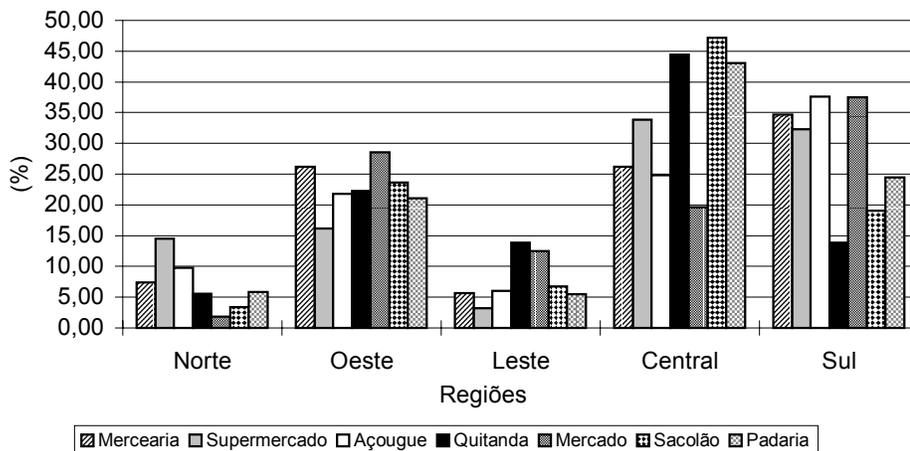
Quanto à caracterização geográfica dos equipamentos distribuídos na cidade, na região central estão localizados 26,18% das mercearias; 33,87% dos supermercados; 24,83% dos açougues; 44,44% das quitandas; 19,64% dos mercados; 47,19% dos sacolões e 43,10% das padarias. Na região sul estão localizados 34,64% das mercearias; 32,26% dos supermercados; 37,59 dos açougues; 13,89% das quitandas; 37,5% dos mercados; 19,10% dos sacolões e 24,48% das padarias. Na região oeste estão localizados 26,18% das mercearias; 16,13% dos supermercados; 21,81% dos açougues; 22,22% das quitandas; 28,57% dos mercados; 23,60% dos sacolões e 21,03% das padarias. Exceções feitas aos 14,52% dos supermercados localizados na região norte e aos 12,50% dos mercados e 13,89% das quitandas na região leste, que são regiões são pouco significativas quanto ao volume de equipamentos instalados.

Quanto ao número de equipamentos, verificou-se que os supermercados, apesar de serem pouco expressivos numericamente ainda que importantes em volume de vendas, têm maior concentração nas regiões central e sul, com efeito radial<sup>4</sup> para as demais regiões. As mercearias, padarias e açougues estão distribuídos uniformemente por todas as regiões, à exceção das regiões Norte e Leste, onde há menores concentrações. O volume de quitandas e mercados é pouco expressivo em todas as regiões. Os sacolões estão mais presentes nas regiões Central e Leste.

A análise agrupada de todas as regiões mostra que as mercearias (40%), açougues (27%) e padarias (18%) são os equipamentos mais numerosos, o que confirma a presença dos equipamentos tradicionais abastecendo os diversos estratos sociais da população, ainda que tenham uma baixa participação no gasto familiar com alimentação (27%) (Figura 4). Já os auto-serviços (supermercados e sacolões) que representam 10% do total dos equipamentos, detêm a maior fatia do percentual gasto com alimentação (73%) (Figura 5).

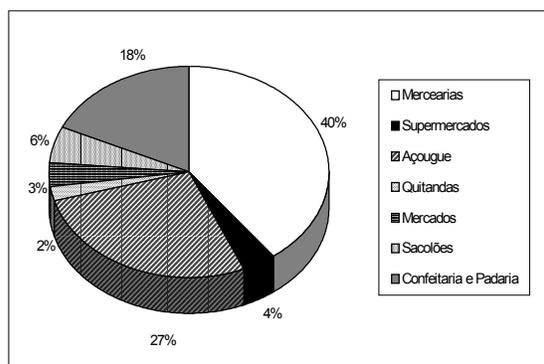
Entre os equipamentos de abastecimento, os sacolões merecem destaque, assumindo características de auto-serviço, mas dife-

<sup>4</sup>Entende-se aqui como efeito radial aquele em que a partir de um ponto central tem-se, gradativamente, ondas circulares, decrescentes em concentração.



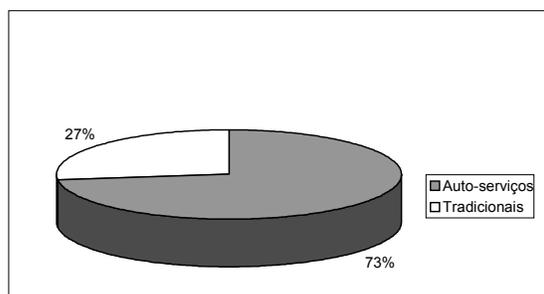
**Figura 3** - Distribuição Percentual dos Equipamentos por Região, Campo Grande, Estado do Mato Grosso do Sul.

Fonte: NEPA, 1996a.



**Figura 4** - Distribuição Percentual dos Equipamentos em Campo Grande, Estado do Mato Grosso do Sul.

Fonte: NEPA, 1996a.



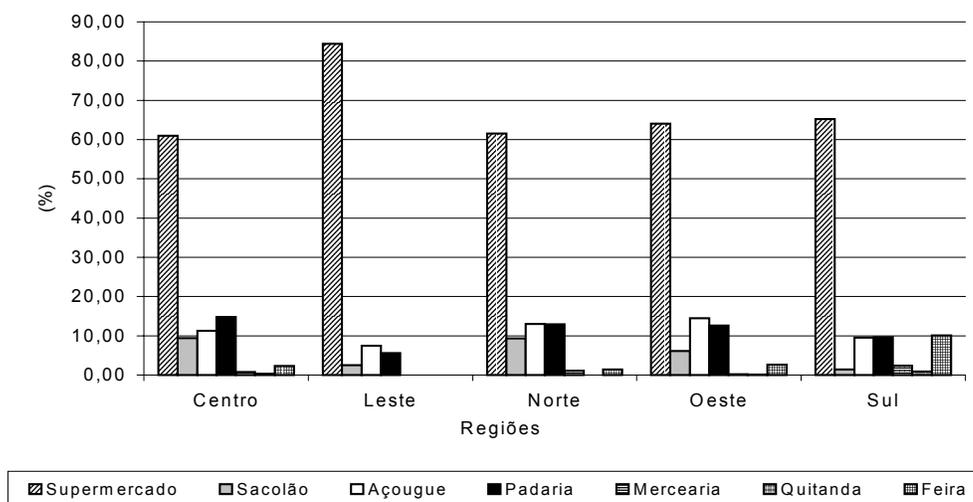
**Figura 5** - Distribuição Percentual do Gasto Familiar por Tipo de Equipamento, Campo Grande, Estado do Mato Grosso do Sul.

Fonte: NEPA, 1996b.

rentemente dos supermercados, permanecem especializados em comercializar hortifrutigranjeiros, com espaço para comercialização de produtos cárneos. No caso de Campo Grande, os sacolões já respondem por 6% do total de equipamentos de abastecimento (Figura 4), representando ao redor de 10% do gasto familiar com alimentação nas regiões Central e Norte e 6% na região Oeste (Figura 6).

Quanto à caracterização do gasto com alimentação pela população, verificou-se uma concentração do gasto familiar em supermercados, com percentual acima de 60% em todas as regiões analisadas (Figura 6). A equidade no gasto familiar com alimentação em sacolões, açougues e padarias (ao redor de 10% cada) mostra que esses equipamentos ainda detêm participação significativa nas compras de produtos perecíveis de consumo diário. O dado interessante em Campo Grande refere-se ao desequilíbrio ocorrido com as mercearias que, embora sendo o equipamento mais numeroso, têm uma das menores participações nos gastos com alimentação, o que comprova a mudança ocorrida no sistema distributivo nas regiões urbanas. Outro caso que merece destaque é a alta participação percentual (10%) das feiras no gasto familiar na região Sul, considerada a de menor poder aquisitivo do município (NEPA, 1996b).

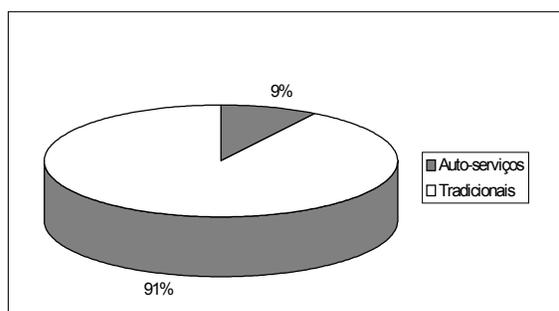
O comportamento geo-distributivo dos equipamentos em Campo Grande apresenta tendência semelhante aos dados mais gerais do



**Figura 6** - Distribuição Percentual do Gasto Familiar com Equipamentos de Abastecimento no Município de Campo Grande, Estado do Mato Grosso do Sul.

Fonte: NEPA, 1996b.

País, observado pela relação percentual entre número de equipamentos de auto-serviços (sacolões, supermercados) e tradicionais (mercearias, açougue, quitandas, mercados e padaria), que é de 9% e 91% em Campo Grande e 15% e 85% no Brasil, respectivamente (Figuras 1 e 7). Ou seja, os equipamentos do tipo auto-serviço assumem comportamentos de oligopólio, com um percentual que oscila entre 10% e 15% do total de estabelecimentos, mas com grande concentração no volume de vendas.



**Figura 7** - Distribuição Percentual do Número de Estabelecimentos, Campo Grande, Estado do Mato Grosso do Sul.

Fonte: NEPA, 1996a.

Embora haja uma diferença conceitual entre volume de vendas, em que também estão incluídos os produtos não-alimentares, e gasto com alimentação, optou-se por analisar estes dados comparativamente<sup>5</sup>.

Em Campo Grande, 73% dos gastos com alimentação são realizados em equipamentos do tipo auto-serviços e os outros 27% em equipamentos tradicionais (Figura 5). Já no Brasil, a participação dos auto-serviços no volume de vendas é de 84% e dos tradicionais é de 16% (Figura 2). Isto mostra que há uma tendência geral de realização das compras alimentares nos equipamentos do tipo auto-serviços, mesmo em cidades com perfil populacional de médio porte e com uma organização urbana mais planejada.

<sup>5</sup> Considerou-se que a participação do item alimentação no percentual de vendas dos equipamentos do tipo tradicional e nos sacolões é quase absoluta, ressalvando-se os super e hipermercados, onde outros itens detêm fatias relevantes.

**LITERATURA CITADA**

- ANUÁRIO ESTATÍSTICO DO BRASIL. Rio de Janeiro: FIBGE, 1994. v.54.
- ANUÁRIO ESTATÍSTICO DO MATO GROSSO DO SUL. Campo Grande: Secretaria de Estado do Planejamento e de Ciência e Tecnologia, 1990. 922p.
- CENSO NIELSEN: estrutura do varejo brasileiro 95/96. São Paulo: ACNielsen, 1997. 153p.
- CYRILLO, D. C. **O papel dos supermercados no varejo de alimentos**. São Paulo: USP:IPE, 1987. (Série Ensaio Econômicos).
- GONZALIS, A. V. O peso dos supermercados por regiões do Brasil. **SuperHiper**, São Paulo, v.22, n.253, p.96-100, set. 1996.
- NÚCLEO DE ESTUDOS E PESQUISAS EM ALIMENTAÇÃO - NEPA. **Análise do inquérito de consumo aplicado no município de Campo Grande - MS**. Campinas: UNICAMP/NEPA, 1996b. (Relatório Técnico do Projeto "Combate à Fome").
- \_\_\_\_\_. **Análise socioeconômica do município de Campo Grande - MS**. Campinas: UNICAMP/NEPA, 1996a. (Relatório Técnico do Projeto "Combate à Fome").
- SECRETARIA MUNICIPAL DE FINANÇAS. **Cadastro de contribuintes do município de Campo Grande**. Campo Grande, 1994. Mimeo.
- WEDEKIN, Ivan; NEVES Marcos F. Sistema de distribuição de alimentos: o impacto das novas tecnologias. **Revista de Administração**, São Paulo, v.30, n.4, p.5-18, out./dez. 1995.

**O PARQUE DISTRIBUTIVO DE ALIMENTOS NA CIDADE DE CAMPO GRANDE:  
um estudo comparativo**

**SINOPSE:** *O presente estudo pretende conhecer os mecanismos e a dinâmica da distribuição de alimentos em cidades de médio porte - no caso Campo Grande, capital do Estado do Mato Grosso do Sul, com uma população de cerca de quinhentos e vinte e cinco mil habitantes. Foram mapeados os equipamentos de abastecimento (supermercados, mercados, açougues, panificadoras, mercearias, sacolões e quitandas), obtendo-se um desenho geo-distributivo da cidade, o que possibilitou caracterizar formas de comercialização e acesso do consumidor a esses equipamentos. Além disso, através de levantamento de dados secundários do comportamento varejista no País, foram comparados o comportamento do parque distributivo da cidade de Campo Grande e os dados mais gerais do País. Concluiu-se que há uma tendência de os consumidores das cidades de médio porte assumir o perfil de consumo de gêneros alimentícios em equipamentos do tipo auto-serviço das grandes cidades.*

**Palavras-chaves:** *distribuição de alimentos, varejo, comercialização.*

**FOOD DISTRIBUTION AT CAMPO GRANDE: a comparative study**

**ABSTRACT:** *The purpose of this study is to analyze the dynamics of food distribution in medium-sized cities, such as Campo Grande, Brazil, with 525 thousand inhabitants, chosen for this case.*

*Mapping of supermarkets, markets, butcher's shops, bakeries, warehouses, greengroceries and other food shops was carried out. The geo-distributive map obtained enabled the description of patterns of trade and of consumers' access to shops. Moreover, data compiled on retail businesses behavior in the rest of the country were compared to the data collected in Campo Grande. It was concluded that consumers of medium-sized cities tend to acquire food in the self-service stores similar to those of large cities.*

**Key-words:** *food distribution, retail, trade.*

---

Recebido em 03/08/98. Liberado para publicação em 26/11/98.