

Dono do caldo de mocotó mais tradicional de BH quer atender novos públicos

Paulo Henrique Lobato

Pioneiro na venda do caldo no Hipercentro de BH busca endereço para filial "um pouco diferenciada" em pleno inverno, quando as vendas do segmento sobem até 70%

Em plena temporada de frio, quando a venda de caldos aumenta até 70% em relação ao resto do ano, os cinco sócios do tradicional Bar Nonô, pioneiro na venda de caldo de mocotó no Hipercentro de Belo Horizonte e campeão nacional de vendas de cerveja Caracu, com cerca de 4,5 mil garrafas por mês, estão à procura de um endereço para abrir a primeira filial do estabelecimento, que funciona 24 horas por dia, com entradas pela Rua Tupis e Avenida Amazonas. Pode soar estranho, mas a expansão do famoso botequim, que vende cerca de 700 canecas da iguaria em dias quentes e quase 1,1 mil unidade no inverno, mostra como a economia brasileira vai bem. O bar, cuja maior parte dos clientes é de baixa renda, se prepara para atrair o público da classe B e manter os fregueses que passaram a integrar a C, a chamada nova classe média do país.



Temporada abre o apetite da clientela e amplia os ganhos dos comerciantes, que investem em variedade e tradição. No Emporium, as 15 opções estão disponíveis até agosto

Algumas pesquisas recentes ajudam a entender o porquê de o estabelecimento, onde uma placa na porta estampa a frase "o rei do caldo do mocotó", se prepara para a nova realidade da economia nacional. Estudo da Fundação Getúlio Vargas (FGV), batizado de A nova classe média: o lado brilhante dos pobres, revelou que, entre 2003 e 2009, 29 milhões de pessoas ascenderam para a classe C. Para pertencer ao grupo, a renda residencial deve ser de R\$ 1.126 a R\$ 4.854. Já o Data Popular divulgou que a classe C avançou 10% de 2002 a 2010.

Para atrair o novo público, os irmãos Crélio, Nívio, Clelson, Décio e Dênio, filhos de seu Raimundo Corrêa, o Nonô, morto em 1973, pretendem montar a filial com características diferentes do bar-mãe. "Pensamos em abrir uma casa um pouco diferenciada, com mais conforto, para o público, por exemplo, da classe B. Nosso desejo é encontrar um ponto com cerca de 250 metros quadrados", disse Crélio. O Nonô da Tupis e Amazonas tem apenas 60 metros quadrados. Uma das características é a falta de banco ou cadeira: os clientes saboreiam os caldos e bebidas com cotovelos no balcão. Isso não deve ocorrer na filial. "Haverá mesas", acrescenta Crélio.

Ele só não conta o quanto a família deve investir no empreendimento. A intenção é

inaugurá-lo em março de 2012. Mas o local ainda não foi escolhido. Décio conta que o grupo já pesquisou lojas na Savassi e na Rua da Bahia. Um ponto na Rua dos Caetés também foi estudado pelo grupo. “Ainda não sabemos em qual local (a loja) deverá ser aberta”, afirmou Crélio. A peregrinação atrás de um bom ponto comercial continua. Pelo andar da carruagem, acredita Décio, a filial deverá ser inaugurada “no Centro mesmo”.

Memória

Oportunidade nas madrugadas frias

A fama do mocotó vendido no Nonô começou em 1964, quando “seu” Raimundo transferiu o bar que mantinha no Barreiro para a esquina da Rua Tupis com Avenida Amazonas. Naquela época, como não havia ônibus 24 horas, muitos trabalhadores que perdiam o último coletivo da noite ficavam “à-toa”, no Centro de Belo Horizonte, esperando para pegar o primeiro ônibus do dia. De olho neste filão, Nonô apostou no novo ponto comercial, cuja fama alcançou, ainda naquela década, toda a capital. O vaivém de pessoas no botequim chamou a atenção de comerciantes da região. Atualmente, vários estabelecimentos do Centro vendem a iguaria feita com patas de boi e cujas vendas sobem bastante no inverno. O caldo de mocotó, servido com cebolinha a gosto e dois ovos de codorna, garante excelente lucro aos comerciantes: cerca de 50%.