

# SHOPPING X COMÉRCIO

## TRADICIONAL

“O advento do Shopping Center Iguatemi Campinas não irá comprometer tanto a área central do comércio tradicional do Município, mas o comércio dos bairros, como o varejo do Castelo, Cambuí e outros. No entanto é, ainda, uma questão difícil de ser avaliada, por tudo, ainda é novidade para Campinas e, o consumidor é curioso por natureza, o que se explicará com a euforia da visita ao Shopping”.

A opinião é de *Alcimar Leitão Paravidini*, superintendente comercial do Grupo El Banato — Comércio e Indústria Ltda. (Esquina Magazine) que considera, ainda que, o cliente do Shopping pertence a uma outra classe “a classe média central, a classe média-alta ou a chamada Classe A, que, com veículos próprios tem condições de optar por um comércio descentralizado, com facilidades de estacionamento e comodidade de compra.”

Classificou ainda que “dentro de trinta, sessenta dias, após a inauguração” é que teremos a oportunidade de avaliar o mercado que, se assentará, naturalmente, com o Shopping tendo seu consumidor, com o centro novos consumidores, que até então não vinham ao setor central, motivando-se

uma amplitude maior do comércio em Campinas, com influência em toda a região.”



Alcimar Paravidini: “No horário noturno, a concorrência com as novelas”

SHOPPING X Comércio tradicional: mudanças de costumes.  
Campinas, 07 maio 1980.

Correio Popular,

13720

#### MUDANÇAS DE COSTUMES

Sobre a mudança de costumes, da população campineira, em decorrência da extensão do horário do comércio no Shopping Center até as 22:00 horas, Paravidini considera que é uma tarefa difícil, inicial, do Shopping. "Digo por experiência própria: gerei uma loja no Shopping Center da Capital e, pude observar que o grande concorrente do Shopping durante a noite é a novela de televisão. O fluxo de frequência durante este período era um desastre. Depois do horário das novelas, as donas de casa, satisfeitas com o resultado das mesmas, se aprontavam para passear no Shopping mas, o volume de compras não era satisfatório, especialmente, em se considerando que, as lojas pagam o preço desse novo horário.

Hoje, no entanto, o Shopping Center Ibirapuera já vende à noite mas, acredito que em Campinas, pela falta de hábito, vai demorar mais que o mercado de S. Paulo o qual já estava habituado ao comércio noturno; haverá sem dúvida uma mudança de costumes mas só o tempo dirá."

SHOPPING X Comércio tradicional: aspecto social.  
07 maio 1980.

Correio Popular, Campinas,

13720

#### ASPECTO SOCIAL

Quanto ao aspecto social da obra, Paravidini só lamenta que empreendimentos dessa natureza seja privilégio de poucas cidades, como São Paulo, Belo Horizonte, Campinas. Vamos considerar, por exemplo que, no Iguatemi Campinas, somente uma das lojas, abrange 25 por cento daquela área. É uma grandiosidade, gerando novos empregos pois só no seu corpo executivo admitirá cerca de 40 pessoas. No de nível mais baixo, 550. Isso apenas uma organização. Agora multipliquemos por 200 lojas. Observe o quanto irá absorver mão de obra da cidade. Por um lado, será altamente positivo, gerando um novo segmento do mercado, embora um pessoal não bem treinado. Há uma deficiência do material humano no setor, mas creio que com o decorrer do tempo, através de treinamentos, melhorará a capacidade de vendedores, com novas chefias.

SHOPPING X Comércio tradicional: comportamento salarial.  
Campinas, 07 maio 1980.

Correio Popular,

13720

#### COMPORTAMENTO SALARIAL

Paravidini acha que o empreendimento irá gerar um novo comportamento salarial no mercado varejista de Cam-

pinas, em decorrência da competição da mão-de-obra, e a conseqüente oferta de salários maiores



SHOPPING X Comércio tradicional: o aspecto internacional. Correio Popular,  
Campinas, 07 maio 1980.

13720

### O ASPECTO INTERNACIONAL

“Vamos observar, por exemplo, o que ocorre nos grandes centros americanos; o que não poderemos prever para

o Brasil a que tempo. Na cidade de San Diego, o mercado do varejo não tem elevado número de lojas. Só os grandes varejistas permanecem no comércio central, além de pequenos lojinhas, que não têm significado nenhum em termos de venda. Com isso, proliferou o mercado de dinheiro: os bancos fazem os grandes negócios, em virtude do escoamento do tráfego do centro da cidade. Chicago também passou por essa experiência.

Em março último, houve uma convenção de homens de varejo, no sentido de restabelecer a força comercial do centro, perdida para os shopping centers, possuidores de toda uma infra-estrutura que o centro não oferece: é o problema do trânsito, do lixo, de gente de tráfego, que não depende só do lojista. São afetos às associações de classe, dependendo de verba da Prefeitura, para reativar esse centro. Assim é que a luta gira em torno de retornar ao centro da cidade todo o comércio até antes existente e tragado pelos shoppings. Para se ter uma idéia, na rota de San Diego a Los Angeles existem nada menos que 60 shoppings centers, em 150 milhas de estrada.

SHOPPING X Comércio tradicional: o retorno ao centro.  
Campinas, 07 maio 1980.

Correio Popular,

13720

#### O RETORNO AO CENTRO

Em decorrência destes fatores, os lojistas do centro montaram um esquema de, através de shows, de um novo sistema de policiamento, tráfego mais fácil, campanha promocional, incentivar a volta do comércio ao centro. Então, o mercado americano, hoje, já está restabelecendo seu centro comercial. Por aí observem que o Brasil está começando agora com os shoppings centers, e os Estados Unidos a retornar o comércio central.

SHOPPING X Comércio tradicional: comprometimento do volume de vendas.  
Correio Popular, Campinas, 07 maio 1980.

13720

#### COMPROMETIMENTO DO VOLUME DE VENDAS

Acácio de Campos (Oriental Jóias e Relógios), comerciante instalado na Rua Treze de Maio (considerada a espinha dorsal do comércio central da cidade), acha que o Shopping Center Iguatemi não comprometerá o volume de vendas do comércio tradicional do município. "Isso porque o shopping é um outro estilo de comércio. Trata-se de uma idéia nova que certamente será bem recebida pelo campineiro". Por outro lado, acredita numa sensível mudança de costumes do consumidor campineiro, que terá a chance de efetuar suas compras após as 18 horas, ao lado de toda família, durante uma atividade até mesmo recreativa e de lazer, com facilidade de estacionamento e longe do atropelo do horário comercial. "Não haverá concorrência em termos de preço, em virtude de atingir outra área do comércio varejista. Campinas tem uma estrutura que permitirá corresponder à vultuosidade da obra, abrangendo também consumidores de toda a região".



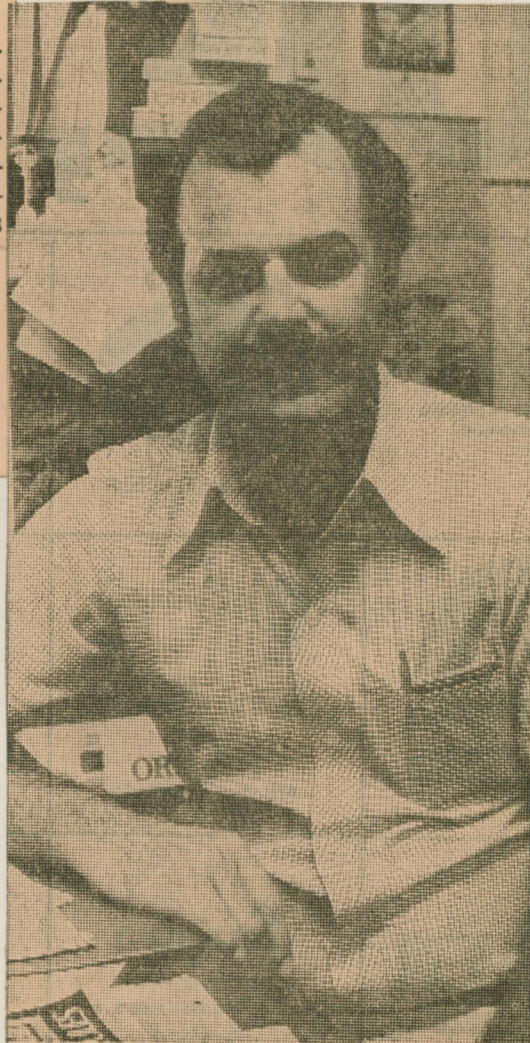
Acácio de Campos: "Shopping atenderá a uma outra faixa"

SHOPPING X Comércio tradicional: incrementação ao comércio. Correio Popular, Campinas, 07 maio 1980.

13720

#### INCREMENTAÇÃO AO COMÉRCIO

Para Antônio Carlos Barreiro (Timóteo Barreiro & Cia. Ltda.) a implantação do Shopping Center Iguatemi Campinas irá fortalecer, ainda mais, o comércio local, e permitirá uma nova dinâmica em termos de horário de compras durante o período noturno, onde, apenas alguns supermercados atuavam. "Acredito que os lojistas vêm recebendo muito bem a obra que, acima de tudo contribuirá com o desenvolvimento do município de Campinas, sem se falar em termos de concorrência, preços, etc., por se constituir num outro tipo de mercado".



Antonio Barreiro: "fortificará, ainda mais, o comércio tradicional"



SHOPPING X Comércio tradicional: concorrência com o comércio tradicional.  
Correio Popular, Campinas, 07 maio 1980.

13720

### CONCORRÊNCIA COM O COMÉRCIO TRADICIONAL

**Sérgio Justra** é o gerente do Jumbo Eletro. Ele acha que o Shopping fará concorrência com o comércio central. "A partir da extensão do horário de funcionamento, além das 18 horas possibilitará maiores facilidades ao camponês de efetuar suas compras com tranquilidade, num local bem amplo, onde não haverá problemas de estacionamento e correrias do centro da cidade. "Em termos de gerir novos empregos, Justra acha que não é o forte do Shopping no aspecto social, pois emprego sempre existirá, em quaisquer circunstâncias, as pessoas interessadas em trabalho".



**Sérgio Justra:** "Haverá concorrência com o centro"

SHOPPING X Comércio tradicional: o centro oferece muitas opções. Correio Popular, Campinas, 07 maio 1980.

13720

### O CENTRO OFERECE MUITAS OPÇÕES

A partir de que o centro de Campinas oferece muitas opções em termos de comércio varejista, o Shopping Center não comprometerá o volume de vendas e, não fará nenhuma concorrência ao comércio tradicional. Esta é a opinião de **Antônio Finardi** (gerente de Casas Pernambucanas) que considera que o comércio central tem condições de concorrer com o Shopping em preço e variedade de produtos. "A partir de então, não vejo nenhum comprometimento. No entanto o comércio central, que já é bom, carece de alguns melhoramentos, para reativar novos incentivos através de promoções por parte da prefeitura local desde mudança urbanística até de incrementação de programas voltados a chamar o consumidor, para suas compras no centro. O Shopping por si só vai despertar muita curiosidade, pois é um local a mais que a população terá para seu lazer, suas compras, o que nada, entretanto, afetará o comportamento do comércio central. Ademais, temos uma filial no Shopping para atender outra faixa de clientes. A implantação do Shopping em Campinas é a razão direta do desenvolvimento da cidade", concluiu.



**Antônio Finardi: "Não vejo nenhum comprometimento"**

SHOPPING X Comércio tradicional: clube dos diretores lojistas. Correio Popular, Campinas, 07 maio 1980.

13720

#### CLUBE DOS DIRETORES LOJISTAS

“Campinas possui infra-estrutura para comportar um Shopping nas dimensões do Shopping Center Iguatemi” — a opinião é de Jean El Banate, presidente do Clube dos Diretores Lojistas de Campinas, que justifica “somos uma das mais importantes cidades brasileiras, de altíssima renda “per capita”, além de um centro consumidor que abrange toda a região através de um comércio ativo e de altíssimo padrão. O Shopping virá reforçar a representatividade do município dando novas oportunidades no comércio varejista, além de evidenciar no aspecto social, gerando novos empregos”.

Jean não acredita em concorrência com o comércio tradicional: “pois o comércio central está bem aparelhado para um pleno atendimento, quer seja em preços, qualidade e variedade de produtos, oferecendo ótimas opções de compra. O Shopping está sendo aguardado com muito entusiasmo e temos a certeza que corresponderá as expectativas do público.



Jean El Banate: “o empreendimento corresponderá as expectativas do público consumidor”