

Em ritmo de retomada, comércio de Campinas faturou R\$14 bi em 2022



Retail Conference – Fórum do Varejo da Acic teve a participação de 25 palestrantes, que abordaram as principais mudanças do varejo e como aproveitar as oportunidades que surgem para gerar resultados positivos

Edimarcio A. Monteiro
edimarcio.augusto@rac.com.br

FATURAMENTO

Comércio de Campinas cresce 3,71% e atinge R\$14 bi em 2022

Resultado mostra retomada, após setor fechar 2021 com queda de 9,98% em comparação a 2020

O faturamento do comércio de Campinas em 2022 foi de R\$ 14 bilhões, crescimento de 3,71% em relação aos R\$ 13,5 bilhões do ano anterior. Os dados foram divulgados pela Associação Comercial e Industrial de Campinas, que realizou ontem o Retail Conference – Fórum do Varejo da Acic, que teve a participação de cerca de 3 mil pessoas. O resultado mostra uma retomada de alta, após o setor fechar 2021 com queda de 9,98% na comparação com os R\$ 14,98 bilhões de 2020.

Apesar do aumento no ano

Comércio tem elevada participação na geração de empregos

passado, o faturamento do comércio segue 12,21% abaixo de 2019, período pré-pandemia de covid-19, quando foi de R\$ 15,95 bilhões. Para a presidente da Acic, Adriana Flosi, que também é secretária de Desenvolvimento Econômico, Tecnologia e Inovação da Prefeitura de Campinas, o resultado é reflexo do cenário macroeconômico nacional, marcado pela queda da renda da população, falta de confiança do consumidor na economia e dos altos juros no Brasil. A Selic, taxa básica de juros, é a maior do mundo e o Banco Central mantém a 13,75% ao ano há nove meses seguidos.

“Quando você tem uma perda de confiança do consumidor na economia, ele se retrai. Deixa para comprar depois, principalmente os itens mais caros, como carros e geladeiras. Isso faz com que o dinheiro deixe de girar”, disse ela. Para Adriana, “a gente precisa que a economia nacional melhore, ainda temos baixa renda, as próprias empresas ainda estão pagando a conta da pandemia, elas se endividaram, buscaram financiamentos em bancos. É necessária uma mudança mais substancial na economia”, acrescentou a presidente da Acic.

O setor de comércio tem uma participação importante na atividade econômica local, sendo responsável pelo elevado número de empregos. O setor fechou março deste ano com 87.466 postos de trabalho, número 0,73% maior do que os 86.826 de 2020, primeiro ano da pandemia. Porém, o resultado do primeiro trimestre teve uma queda de 4,16% em relação aos 91.266 empregos do setor no final de 2022. Segundo o economista Laerte Martins, diretor da Acic, as MEIs, micro, pequenas e médias empresas do setor movimentam 75% das vendas do varejo local.

AUMENTO DAS LOJAS

O aumento do faturamento do comércio também foi



Fabiane Rodrigues acaba de inaugurar uma loja de roupas infantis no Centro e busca se diferenciar do que já existe para ocupar seu espaço no mercado

acompanhado pelo crescimento no número de empresas do setor, que fechou 2022 em 91.266 estabelecimentos, alta de 5,11% na comparação com os 89.343 do ano anterior. Ou seja, foram abertas 1.913 novas lojas, uma média de cinco por dia ou uma a cada quase 5 horas. Os dados da Acic apontam para a continuidade de alta este ano. Nos primeiros quatro meses de 2023, o saldo é de abertura de 5.134 novos negócios em todos os setores, de microempreendedores individuais (MEIs) a empresas de diversos portes.

Uma das novas empreendedoras é Fabiane Rodrigues, que acaba de inaugurar uma loja de roupas infantis no Centro e busca se diferenciar do que já existe para ocupar seu espaço no mercado. O estabelecimento trabalha com peças novas e usadas de marcas famosas, negocia trocas com clientes interessados em fazer compras e aposta nas redes sociais para divulgar seus produtos e não ficar na dependência

do consumidor que passa pela Rua General Osório.

“Nós somos um brechó diferenciado. Temos como proposta a sustentabilidade, a roupa não é produto descartável, e a qualidade das nossas peças”, disse Fabiane, que faz sua estreia como comerciante após trabalhar 25 anos como secretária-executiva em embaixadas em Brasília. Ela se mudou para Campinas há três meses, cidade da família do marido, que é militar da Aeronáutica e passou para a reserva.

A ideia do brechó veio da filha adolescente de 15 anos, que gosta desse tipo de comércio. Fabiane também acredita que está colaborando para revitalizar a área central. “O prédio estava fechado há quatro anos, todo pichado”, explica ela, que gostaria de ver outras lojas surgindo na General Osório, onde há muitos imóveis comerciais com as portas fechadas.

Campinas também atrai empreendimentos de grande

porte. Uma multinacional do setor de materiais de construção acaba de inaugurar sua segunda filial na cidade em dois anos, a primeira do segmento home center construtor, atuando com vendas no varejo e atacado. A nova unidade, no bairro Ponte Preta, tem aproximadamente 10 mil metros quadrados. A outra filial, inaugurada em 2021, fica no Parque Imperador.

A empresa tem atualmente 55 lojas no Brasil, todas no Estado de São Paulo, e faz parte de um grupo com 440 lojas, 141 supermercados e 38 shopping centers em nove países latino-americanos, entre eles, Argentina, Chile e México. A escola de Campinas para abertura de uma nova filial se deve ao seu alto potencial de consumo, com uma das maiores rendas per capita do País e estar localizada na região com o segundo maior Produto Interno Bruto (PIB) do Estado de São Paulo, de acordo com o diretor-presidente da empresa Brasil, Alfonso Barberena.

OPORTUNIDADES

No País, a rede também investe no e-commerce para ampliar as vendas para o Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo, Santa Catarina, Paraná, Rio Grande do Sul, Bahia, Goiás e Distrito Federal. “Nossas vendas online tiveram forte crescimento nos últimos dois anos. Por isso, todas as áreas da empresa têm focado esforços para evoluirmos digitalmente e, por consequência, melhorar a experiência de compra dos clientes”, afirmou Barberena. A expansão das vendas pela internet foi um dos temas tratados no Fórum de Varejo da Acic.

“Também a pandemia acelerou o processo digitalização das vendas, levando as compras para o sofá de casa, e tornando as lojas um ambiente cada vez mais de experiência, mesmo quando falamos dos pequenos varejistas. É disso que o Retail trata, de mostrar o que pode ser feito, o que é possível aprender e aplicar imediatamente no seu negócio”, disse

se a presidente da Acic. Para ela, o maior evento anual voltado para o comércio de Campinas buscou mostrar as tendências do mercado, novas tecnologias e cases de sucesso que inspirem os empresários.

O comércio eletrônico brasileiro faturou R\$ 262,7 bilhões em 2022, crescimento de 1,6% em relação ao ano anterior, com aumento de 24% no número de consumidores, de acordo com a NielsenIQ Ebit. Segundo o levantamento, 68% dos consumidores digitais brasileiros têm mais de 35 anos e compra, principalmente, alimentos e bebidas, itens de casa e decoração, construção e ferramentas, eletrodomésticos e gastos com saúde.

Ele mostrou ainda que aumentou de 33,5% para 34,8% a participação de consumidores que ganham de 4 a 10 salários mínimos (R\$ 5.280 a R\$ 13,2 mil), independentemente da faixa etária. As mulheres se mantêm na liderança no e-commerce, com uma participação de 57,7% do público total. O valor do ticket médio de compra teve queda de 7,5% em relação a 2021.

Para a empresa de pesquisas de mercado, os resultados indicam estabilidade no comércio eletrônico, após o boom de 2020 para 2021, com alta de 25,8%. “As pessoas realizaram mais compras, mas de itens de menor valor agregado, o que justifica a queda do ticket médio. O resultado é muito importante e consolida o e-commerce como um canal de compras muito popular entre os brasileiros”, afirmou o head de e-commerce da empresa, Marcelo Osanai.

O Retail Conference da Acic teve a participação de 25 palestrantes, que abordaram as principais mudanças do varejo e como aproveitar as oportunidades que surgem para gerar resultados positivos. A 11ª edição do Retail Conference foi inspirado no evento de Nova York (EUA). “Lá, há 113 anos, eles discutem o futuro do varejo, as tecnologias em construção, as tendências, o que já foi testado e deu certo e o que não deu e a mudança do comportamento do consumidor que vem como consequência disso”, explicou Adriana Flosi.

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal Correio Popular - Campinas/SP

Seção: Cidades **Caderno:** A **Página:** 5