

Shopping mais novo de Osasco colhe bons resultados

(Leandro Conceição)

O shopping União de Osasco completou um ano no mês passado com resultados “além das expectativas”, segundo o superintendente, João Carlos Alves Feitosa. “Há uma receptividade muito grande da população, um movimento crescente”, afirma, sem citar números. De acordo com Feitosa, um dos fatores para os bons resultados é o crescimento da classe C (pessoas com renda domiciliar entre R\$ 1.115,00 a R\$ 4.807,00). Pesquisa da Fundação Getúlio Vargas aponta que 32 milhões de pessoas ascenderam à nova classe média no país desde 2003, chegando a 53,58% da população em 2009. “É obvio que quanto mais renda a população tem, mais ela vai querer usufruir disso. E os shoppings oferecem o que o público espera”, afirma o superintendente. Entre os fatores para o crescimento da classe C apontados por especialistas, estão a estabilidade econômica e o crescimento do emprego formal.

Segundo o Ministério do Trabalho, foram criadas 1,5 milhão de vagas no primeiro semestre, número recorde. A expectativa é que, até o final do ano, sejam 2,5 milhões no país, com o desemprego caindo de cerca de 7% para 6% da população. De acordo com especialistas, esse já seria um patamar de pleno emprego, situação em que a procura por trabalho é igual ou menor do que a oferta. Juros Para Feitosa, o aumento da taxa Selic não afeta as vendas em shoppings. “Para o consumidor, o percentual [de juros] nem é esse”, ressalta. Enquanto a Selic está hoje em 10,75% ao ano, os juros ao consumidor estão em média a 6,9% ao mês e 122,71% ao ano. Com prazos longos, muitos consumidores ignoram os altos juros. E o endividamento do brasileiro é recorde. Segundo estudo, os brasileiros têm dívidas que representam em média a cinco meses de salário. Feitosa avalia que não há endividamento em excesso. “Se há uma renda maior, o consumidor não está se endividando demais.” “Internet não prejudica shoppings” Para João Carlos Feitosa, o crescimento do número de brasileiros que compram pela internet (e-commerce) não representa uma ameaça aos shoppings. “Os números [de vendas online] são pequenos e só afetam em parte alguns setores, como o de livrarias.” “A internet vai crescer muito ainda, mas hoje não tem um impacto que possa prejudicar os shoppings. Funciona muitas vezes como um complemento da loja”, diz Feitosa. Segundo o Ibope, os shoppings brasileiros faturaram R\$ 73,6 bilhões no ano passado. Pesquisa da consultoria e-bit aponta que o e-commerce movimentou R\$ 10,6 bilhões no país no ano passado, crescimento de 30% com relação a 2008.

