

Centro da cidade Shopping a céu aberto abandonado?



Cidade



a área central deve contar com equipes de funcionários mantidas pelos próprios lojistas que vão de profissionais de limpeza, segurança, atendimento à comunicação. "Se o lojista entender que há um projeto que amplia o conceito de loja de sua inserção no padrão moderno varejo, ele irá aderir à ideia. É justamente a fragilidade no modelo de governança que coloca em risco as garantias a quem quer o poder investir na recuperação da região".

Histórico versus moderno

Na visão de Nuno Futo, professor do Programa de Administração de Varejo (Provav) da Fundação Instituto de Administração (FIA), a recuperação do centro de São Paulo deve aliar aspectos históricos e modernos. O professor explica que enquanto a parte histórica do centro está associada ao varejo de serviços a área moderna tem como característica a presença de lojas do ramo de vestuário, calçados, eletrônica e eletrodomésticos, dentre outros. Dalí a importância de alinhar as duas partes. "Recuperar apenas a

mercado e o Teatro Municipal. Entretanto, nada mudou nos arredores. "Para existir harmonia com a área histórica deve-se respeitar padrões. Mas a falta de coordenação entre os lojistas dificulta qualquer iniciativa para recuperar a região", aponta Futo. Segundo ele, o público que se dirige ao centro de São Paulo para conhecer os prédios históricos não tem outra alternativa a não ser ir embora após a visita. "Se as lojas e o entorno fossem bem cuidados e houvesse segurança em toda a região o consumidor apresentaria interesse em fazer compras".

Desafios

Falta de segurança é dos principais obstáculos a serem

Varejo no centro de São Paulo tem potencial para se tornar vitrine em todo o país, mas atinge e ausência de projeto integrado impedem recuperação da região.

por Rômulo Martins

Quem já teve oportunidade de visitar centros comerciais de cidades balneárias nos Estados Unidos ou em países europeus, muito provavelmente sabe o que é estar em um shopping a céu aberto. Há, nos polos de compra localizados nas ruas dessas cidades, o mesmo conforto e segurança encontrados nos shopping centers. Calçadas bem cuidados proporcionam tranquilidade ao consumidor ao transitar pelas vias urbanas, canteiros floridos tornam charme a paisagem, postos de informações e placas sinalizadoras socorrem qualquer cliente desorientado, local para estacionamento é motivo para preocupação. É possível também encontrar banheiro limpo nos momentos de apuro. A Lincoln Road, notória rua de pedestres em Miami, por exemplo, tem todos esses ingredientes. Conta ainda com variedade de restaurantes e hotéis na vizinhança que atendem a demanda de consumidores e turistas.

A Lincoln Road está anos luz da realidade dos principais polos de comércio localizados nas ruas de São Paulo, mas especialistas em varejo afirmam que, a despeito de seu aspecto histórico-cultural, modelo

superados pelo cenário da capital paulista, segundo especialistas em varejo, lojistas e dirigentes de associações ouvindo pela reportagem. A maior preocupação é com os usuários de drogas e delinquentes que circulam pelo centro a qualquer hora do dia e da noite. Mas infraestrutura para receber o consumidor é também apontado como problema sério.

"Apesar de sua vasta extensão, há em toda a região central apenas quatro banheiros públicos e 23 sanitários oficiais", diz Marcelo de Carvalho, diretor do Sindicato dos Lojistas de São Paulo (Sindicato-SP), órgão que edita a revista Lojistas e Lojistas. Ele resalta que a desocupação de prédios em situação de degradação prejudica a recuperação e afasta o consumidor, revivendo

o mesmo modo, inexistência de áreas para descanso, iluminação defasada, calçamento inadequado, falta de serviço de informações e estacionamentos excessivos foram sinalizados como deficiências urbanísticas no centro de São Paulo que precisamos de intervenção pública e privada.

Para Nuno Futo, professor do Provav/FIA, falta ainda oferta de produtos qualificados. "Não há nenhum problema de o varejo ser orientado para a massa, mas o descuido na escolha dos produtos, no visual das lojas e com o entorno dão a impressão de que qualquer coisa serve. Um layout diferente alia o bom atendimento ao público mais qualificado e, por consequência, geraria maiores ganhos ao lojista".

semelhante à rua de Miami poderia ser aplicado em todo o centro da capital paulista, que recebe atualmente cerca de dois milhões de pessoas por dia. O projeto é inovador, envolvendo além de altos investimentos, um exército de guerra, e provocaria mudanças significativas na relação entre lojistas e consumidores.

Não há dúvidas de que a reapropriação do centro traria ganhos ao setor varejista. O que impede, então, a execução de um programa de requalificação central urbana que melhore a paisagem da região e, consequentemente, revitalize de forma positiva no comércio?

O poder público, em parceria com o setor privado, estaria inviabilizado de ancorar com os altos custos operacionais de um projeto que beneficiaria o setor e envolveria restauração e recuperação de prédios históricos, reapropriação de praças e monumentos degradados, modernização de calçadas, construção de estacionamentos verticais ou subterrâneos e de ciclovias, aterramento da rede elétrica, aquisição de mobiliário urbano, troco no sistema de iluminação pública, fixação de placas sinalizadoras, construção e manutenção de canteiros e banheiros públicos? A resposta para essa pergunta é não.

Apesar dos esforços despendidos para a recuperação da região, as principais razões pelas quais o centro de São Paulo encontra-se em visível estado de abandono podem surpreender os mais leigos no assunto, mas nenhum pouco as partes interessadas. Em primeiro lugar, ainda que a área central da cidade seja movida em grande parte pelo varejo de massa, não há um denso fluxo de pessoas diariamente, inexistente um programa integrado de requalificação urbana e

funcional para a região, e tampouco um organismo que coordene sua implantação.

Marco Antonio Ramos de Almeida, superintendente da Associação Viva o Centro, entidade criada há 13 anos com a missão de melhorar a qualidade de vida e a operação de organizações instaladas na área central, defende que a diversidade de estabelecimentos comerciais e culturais presentes na região faz do centro um shopping a céu aberto, motivo pelo qual "quanto mais bem cuidado, mais pessoas o procurarão, beneficiando o turismo e o comércio local".

Mas leva a cabo um projeto que transforme a paisagem da área se torna irrealizável por esbarrar, ironicamente, na porta das próprias lojas localizadas na região. "Os lojistas têm dificuldade para sair de suas lojas", atesta Ricardo Pastore, coordenador do Núcleo de Varejo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), em São Paulo.

Durante o mês de maio, nossa reportagem entrou em contato com sete grandes redes varejistas instaladas no centro da capital que recusaram o pedido de entrevista. Por meio de suas assessorias de imprensa, duas empresas alegaram prazo insuficiente para atender a solicitação, outras duas não justificaram o motivo e duas outras não participariam da matéria. Três lojas não retornaram o contato. "Ninguém faz nada", admite Jefferson Gonçalves Moreira, sócio-proprietário da



Ricardo Pastore, da ESPM

Mônaco Eletrônica, unidade localizada na região da Santa Efigênia. O lojista afirma que os usuários de drogas que perambulam pelas proximidades e a falta de policiamento inibem o consumidor. "Tudo o que for feito para melhorar o centro de nada adiantará se esses problemas não forem resolvidos".

Para Pastore, os lojistas precisam se mobilizar em favor da recuperação na área central. "O trabalho deve ser feito em conjunto. Lojistas, poder público e consumidores precisam estar envolvidos na discussão". Marco Antonio Ramos de Almeida, da Vivo o Centro, concorda. Segundo ele, a adesão "trazíveis" das empresas aos projetos da associação deve-se principalmente à falta de "uma cultura de participação ativa como acontece em outros países".

Modelo de varejo moderno

Adriana Mariano, auxiliar administrativa da Clamim, loja especializada em roupas femininas, reclama da presença de vendedores ambulantes nos arredores da loja onde trabalha. Segundo ela, além de impactar as vendas, a presença dos vendedores causa tumulto à região, o que inibe o público que transita pelo local.

De acordo com Ricardo Pastore, do Núcleo de Varejo da ESPM, em São Paulo, isso acontece porque falta à capital paulista uma associação lojista com força jurídica que seja implantado um projeto integrado de requalificação urbana na região central. "A associação deve agir da mesma forma que o shopping quando o lojista não cumpre suas obrigações. É preciso haver poder de punição", defende.

Pastore acredita que o mesmo modelo aplicado em shopping centers possa ser levado para o São Paulo, tanto

