

## Exclusivo: o novo mapa dos negócios de São Paulo



Empresas tocadas por microempreendedores ganharam espaço na cidade e houve uma redistribuição geográfica dos negócios, que saíram da região central para os bairros periféricos

Por [Renato Carbonari Ibelli](#) 29 de Janeiro de 2018 às 08:00

| Editor [rcarbonari@dcomercio.com.br](mailto:rcarbonari@dcomercio.com.br)

---

Uma década parece um prazo exíguo para que grandes transformações se concretizem em economias regionais. Mas, convenhamos, os últimos dez anos no Brasil foram bem agitados. E a cidade de São Paulo, certamente pelo seu tamanho e dinamismo, funciona como um tubo de ensaio de mudanças e tendências.

Quando ingredientes como crise, estímulo ao empreendedorismo e expansão de tecnologias de informação se misturam, o que se observa é uma forte guinada no perfil dos negócios da capital paulista, como revela levantamento inédito da consultoria [Cognatis Big Data e Geomarketing](#) para o Diário do Comércio.



Estabelecimentos comerciais tradicionais, como papelarias, magazines, lojas de departamento, **armazéns** e armarinhos, entre outros, perderam espaço para pet shops, educação suplementar, tecnologia digital, salões de beleza, serviços de manutenção domiciliar e veicular e empresas ligadas à área da saúde.

"O aumento de pet shops, academia e salões de beleza também refletem transformações no estilo de vida e cultura da sociedade", diz Reinaldo Gregori, sócio-fundador da Cognatis.

Entre 2006 e 2016 o número de clínicas e consultórios médicos cresceu 77% na cidade, saltando de pouco mais de 17 mil para 30,3 mil.

Os empresários desse setor viram uma enorme brecha deixada pelas estruturas

tradicionais da saúde, incapazes de oferecer serviços compatíveis com a renda média da população, e implantaram novos modelos de negócios, entre eles as **clínicas populares**, como a Dr. Consulta ou a Fares.

A expansão dessas clínicas foi turbinada pelo avanço da chamada nova classe C. Do início dos anos 2000 até meados de 2013 cerca de 40 milhões de brasileiros deixaram a pobreza e passaram a fazer parte da classe média.

A partir de 2014 esse segmento ainda foi impulsionado pelo exército de profissionais que perderam o emprego e seus planos de saúde corporativos durante a recessão.

Alguns distritos da capital paulista tiveram uma verdadeira explosão de serviços ligados à saúde. No Tatuapé, o número de clínicas e consultórios passou de 564, em 2006, para 1.040, em 2016, um avanço de 84,4%. Na Vila Mariana, o crescimento foi de 78%. No Campo Belo, de 82,7%.

Outro segmento que ganhou espaço nos últimos anos foi conserto e manutenção. No período observado pelo levantamento, o número de funilarias e martelinhos cresceu 182% na capital paulista, passando de 422 para 1.192.

Por outro lado, as concessionárias de automóveis perderam terreno, diminuindo em 30% sua presença na cidade. Essa foi mais uma mudança no perfil dos negócios paulistanos que claramente acelerou com a crise econômica de 2014.

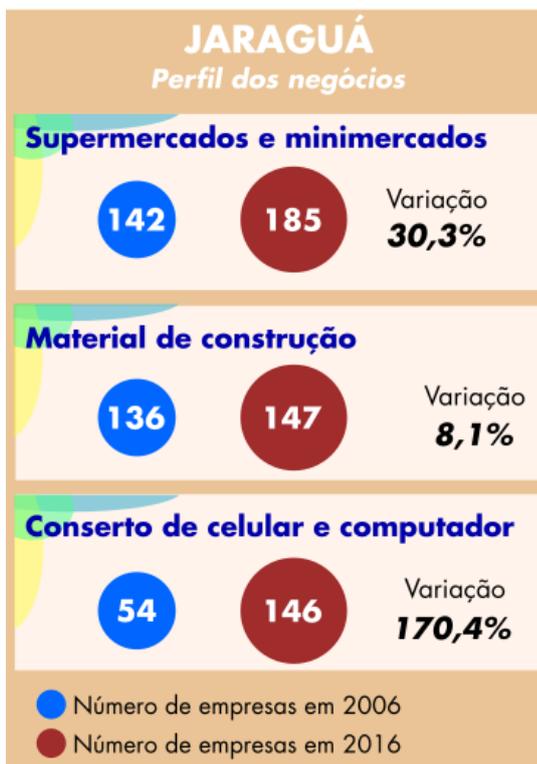
Como os problemas na economia afetaram o emprego e a renda, o consumo de itens de maior valor agregado estancou.

Em 2016, por exemplo, as vendas de veículos novos caíram 20% e só mais recentemente, em meados de 2017, elas voltaram a crescer.

Nesse interim, os consumidores optaram por reparar os carros em vez de trocá-los.

O mesma dinâmica ocorreu com equipamentos de informática e celulares. Oficinas especializadas em serviços de manutenção e conserto desses itens cresceram 107%.

"O bom desempenho dos serviços de conserto e manutenção decorre da crise econômica, já que esses serviços visam prolongar a vida de bens duráveis e se tornam mais atraentes nestes ciclos", diz Rinaldo Carvalho, gerente de analytics da Cognatis.



## TRADIÇÃO X INOVAÇÃO

Na última década apareceram soluções tecnológicas que impactaram a maneira como o consumidor interage com o fornecedor de produtos e serviços.

O e-commerce ganhou espaço, assim com as mídias digitais, o que ceifou muitos negócios tradicionais. "A revolução digital, já em curso em 2006, mas acelerada significativamente na última década, gerou novas modalidades de entrega de produtos já existentes", afirma Gregori.

Como exemplo, ele cita serviços de streaming de música e vídeos, como o Spotify e a Netflix, que substituíram lojas de CDs, videolocadoras e, em parte, as livrarias, também afetadas por concorrentes virtuais.

O levantamento da Cognatis mostra que, entre 2006 e 2016, o número de lojas de discos na cidade de São Paulo diminuiu 54%. O impacto entre as videolocadoras foi ainda maior: tiveram sua presença reduzida em 68%.

Mas sempre haverá espaço para boas ideias. Empreendedores dessas áreas passaram a trabalhar com nichos mais exclusivos.



**CASARÃO DO VINIL, NA MOOCA, APOSTA EM UM NICHO EXCLUSIVO DE CLIENTES**

Por exemplo, lojas de vinis reapareceram na cidade, como a **Casarão do Vinil**, na Mooca, que chega a atender até 700 clientes por final de semana.

Trabalhar com um público de necessidades bem específicas passou a ser uma alternativa. Nesse contexto, os **pet shops** começaram a pipocar pela cidade, saltando de 1.733, em 2006, para 3.072, em 2016, crescimento de 77%.

Produtos para animais, normalmente encontrados em supermercados e lojas de implementos agrícolas, passaram a ser reunidos em um modelo específico de negócio.

O mercado pet aproveitou o embalo da mudança de comportamento do brasileiro, que tem colocado os bichos de estimação cada vez mais dentro de casa. Em 2017 esse mercado faturou, no Brasil, cerca de R\$ 20 bilhões.

### A VEZ DOS PEQUENOS

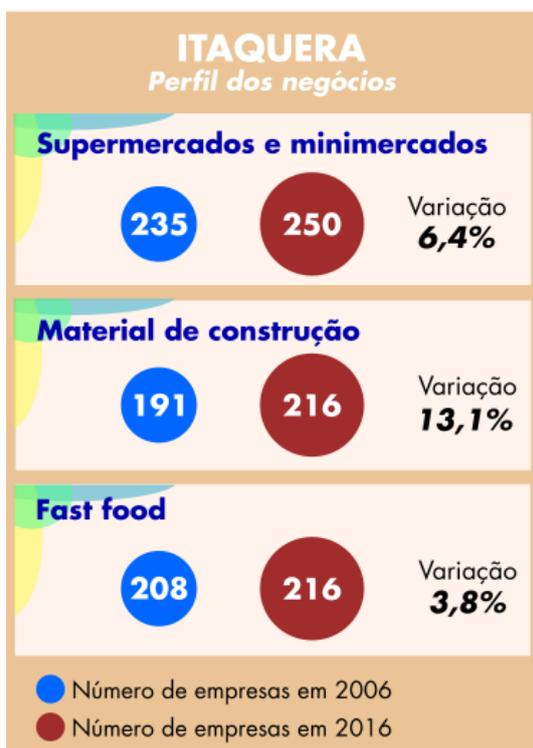
A partir de 2009 foi criada a figura jurídica do **Microempreendedor Individual (MEI)**, que também tem contribuído para a transformação dos negócios em São Paulo, onde se concentra a grande maioria desses empresários.

Empreender de maneira formal passou a ser uma opção para alguns, e uma necessidade para outros, principalmente após 2014, com a crise econômica.

O desemprego estimulou o avanço dos MEIs, que hoje representam cerca de 60% dos CNPJs em atividade no país.

O reflexo desse movimento na cidade de São Paulo é observado no aumento de negócios normalmente realizados por autônomos, como, por exemplo, o crescimento de 103% no número de salões de beleza e cabeleireiros ente 2006 e 2016.





Mais impressionante ainda foi o avanço de prestadores de serviços de manutenção domiciliar em geral, como encanadores, eletricitas, pedreiros, entre outros. Este segmento, segundo os dados levantados pela Cognatis, cresceu 278% na última década na capital paulista.

Varejos de pequeno porte, característicos dos MEI, também ampliaram a presença na cidade. Lojas de bijuterias e artesanatos cresceram 15% no período.

O varejo de roupas, a principal atividade no ranking dos microempreendedores, aumentou 18%. A presença de padarias e confeitarias cresceu 10%. As lojas de tapeçaria aumentaram em 40%

Em sentido oposto, as grandes lojas de departamento, uma das marcas do comércio paulistano, diminuíram 26% em

número de unidades. Segundo o estudo, eram 1.568 em 2006 e caíram para 1.164 em 2016.

## MIGRAÇÃO DE LOJAS

Outra constatação feita pelo levantamento diz respeito à pulverização das empresas pela cidade ao longo da última década. Elas deixaram a região central e se espalharam por bairros periféricos.

Essa realidade parece mostrar que as tentativas do poder municipal de repovoar o centro velho de São Paulo não estão surtindo os efeitos esperados.



**AS EMPRESAS ESTÃO SAINDO DO CENTRO DA CIDADE, ONDE SE ENCONTRAM TRADICIONAIS RUAS COMERCIAIS, A EXEMPLO DA 25 DE MARÇO**

A região da Sé, onde se encontram ruas comerciais famosas como a 25 de Março, Santa Ifigênia ou Florêncio de Abreu, perdeu 9% das empresas no período.

As lojas de eletrônicos, típicas da rua Santa Ifigênia, diminuíram 19,7% na região, caindo de 314 para 252 entre 2006 e 2016, segundo o estudo.

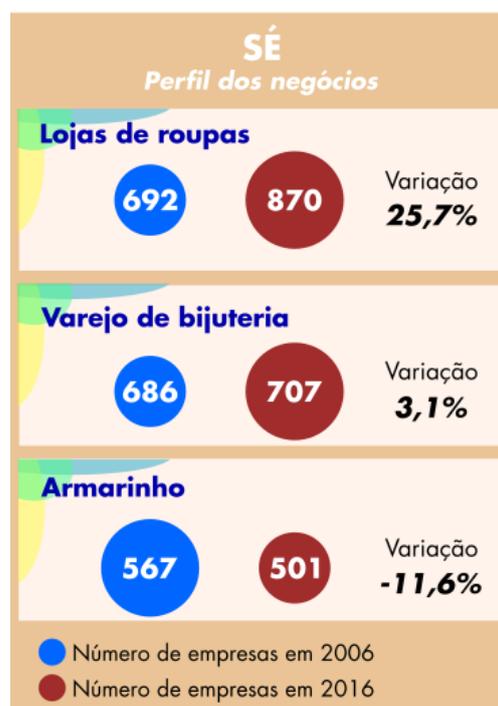
Esse tipo de comércio migrou para a região da Casa Verde, zona Norte da cidade. Em 2006 foram computadas 10 lojas de eletrônicos nesse bairro. Em 2016, passaram a ser 160.

Outros bairros da região Central, como o Bom Retiro e o Brás, tiveram aumento leve no número de empresas, respectivamente de 5% e 15%.

Bem abaixo do crescimento observado em bairros mais afastados da cidade. Itaim Bibi, Jabaquara, Grajaú, Parelheiros, Lajeado, Cidade Tiradentes estão entre as regiões que mais ganharam empresas entre 2006 e 2016.

O distrito da Vila Andrade, na região Sul da capital, foi o que experimentou avanço mais expressivo no período. O crescimento no número de empresas foi de 125%.

Trata-se de uma região de contrastes, que abriga o bairro nobre do Panamby, mas também Paraisópolis, uma favela que se urbanizou. O número de salões de beleza e cabeleireiros na região cresceu 293,8% na última década, saltando de 32 para 126, aponta o levantamento.



O número de restaurantes e lanchonetes, avançou 166%. A presença de *fast food* cresceu 93,1%. Entre as lojas de conveniência, o aumento foi de 103%.

Vila Andrade passa por um forte crescimento imobiliário. A prefeitura de São Paulo estima que nos próximos 20 anos o número de habitantes desse distrito cresça 220%. Evidentemente, junto com os moradores cresce também o número de empresas.

A explosão demográfica dessa região estimulou o crescimento de lojas de materiais de construção, que aumentaram 60% em número de unidades no distrito.

De maneira geral, o levantamento mostra que as empresas do comércio perderam terreno na última década.

Esse foi certamente o setor mais afetado pela crise econômica. A estimativa é que mais de **100 mil lojas tenham fechado** no país somente em 2016.

Por outro lado, a cada empresa fechada, surgiu uma nova leva de empreendedores formada por funcionários demitidos, mantendo São Paulo como a economia mais representativa para a riqueza do país.

Esses pequenos empresários sustentaram o início da recuperação econômica, observada em 2017, quando o **número de novas empresas** cresceu 13,6% na comparação com o ano anterior, de acordo com **levantamento** da Boa Vista SCPC.

**LEIA MAIS: [Metrópole em transformação: análise da Cognatis sobre o novo mapa dos negócios da capital paulista](#)**

IMAGENS: *Thinkstock e Diário do Comércio*