minuto VAREJO

Patrícia Comunello
patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Além da edição impressa, as notícias da coluna Minuto Varejo são publicadas ao longo da semana no site do JC. Aponte a câmera do celular para o QR Code e acesse.
jornaldocomercio.com/minutovarejo

CDL POA

Restinga vai ganhar seu primeiro shopping center

Empreendimento deve abrir em maio com geração de 400 empregos

"Vai ser uma Restinga antes e outra depois do Center Kan", avisa o maior empreendedor do Extremo Sul de Porto Alegre, Marcos dos Santos, o Marquinhos. A cara é de shopping de porte médio, mas a rede registrou como centro comercial. Quando estrear, será o maior do estilo na porção Sul da Capital.

No canteiro de obras, o ritmo é frenético para finalizar os 21 mil metros quadrados. A área terá lojas, um atacarejo e o centro de distribuição do Kan, o dobro do tamanho do atual, que é alugado. A rede tem hoje três supermercados, dois na Restinga e um na Hípica. O Center Kan vai gerar cerca de 400 empregos diretos.

"É uma grande satisfação pessoal muito grande entregar o Center Kan para a comunidade", resume Marquinhos. O braço de construção do Kan executa a obra, a maior até agora. O que adiou o término foi um fator comum na pandemia: atraso na entrega de materiais, neste caso, de pré-moldados. A elevação do custo da execução, em alguns itens dobrando de valor, exigiu aporte de financiamento, admite o empreendedor, que não informa o investimento total. "A nossa meta é terminar em abril (obra), para entregar os espaços aos ocupantes e abrir em maio", programa ele. São previstas 26 operações, além do atacarejo.

LUIZA PRADO/JC

No canteiro de obras, ritmo é intenso para concluir área do complexo

A Luagge Imóveis, que faz a gestão da locação e vai administrar o Center Kan, já assinou contrato com oito marcas, entre elas O Boticário, Hering, Natura, Agafarma, Mercadão dos Óculos e Sicoob, e negocia com uma rede de fast-food bem conhecida. Luigi Gerace, diretor da Luagge, adianta que, nos módulos maiores, a ideia é ter uma academia, loja de pneus e unidade de educação. "O centro comercial tem uma super vantagem: fica na mão (sentido) de entrada no bairro. As pessoas vão parar na volta do trabalho", aposta. O Extremo Sul é alvo de muitos empreendimentos residenciais e atrai cada vez mais varejos.

Vídeo: dono do futuro Center Kan mostra como estão as obras no local

Total entra com tudo na edição do Liquida Porto Alegre de 2022

Duas novidades na campanha da 25ª edição do Liquida Porto Alegre, que volta após o jejum em 2021 devido à pandemia. Primeiro, o período dos descontos, de 18 a 26 de fevereiro, que era sempre guardado a sete chaves para ser revelado na véspera, foi divulgado em janeiro na notícia do retorno da ação, criada em 1997 pela CDL-POA. O segundo item da nova temporada está ligado ao perfil da adesão. Mais que as inscrições de estabelecimentos - a meta é chegar a 5 mil e mais de 4,5 mil estavam confirmados até a semana passada -, a entidade está mega empolgada com a entrada do Shopping Total como empreendimento, não só apoiando os varejos que colam na campanha. O Total já é encarado como o "shopping titular" do Liquida. Este ano o esforço geral da mobilização é para que todos as lojas pratiquem descontos "reais e significativos". No Total, a gerente de marketing, Sílvia Rachewsky, informa que mais de 300 lojistas vão participar e comenta sobre a titularidade. "Está em sintonia com nossos pilares de diversidade de opções de compras, eventos e promoções." Descontos focados no Liquida estarão nas redes e no site.

ANDRESSA PUFAL/JC

Lojas sempre participam, e agora ao envolvimento é da operação

Bella Città, de Passo Fundo, mira nível de ocupação de 2019

"Estamos bem animados", resume Nadia Jeziorski Hartmann, gerente geral do Bella Città, shopping da Comercial Zaffari, em Passo Fundo. Dois fatos embalam o "clima" no empreendimento mais antigo do setor em uma das maiores economias do Estado. Nadia une retomada da receita de vendas próxima ao padrão pré-pandemia - sendo que, no último trimestre de 2021, ficou 9% (reais) acima -, e "a busca por empreender que está grande", desde o começo de fevereiro, assegura a gestora.

BELLA CITTÀ SHOPPING/DIVULGAÇÃO/JC

Comercial Zaffari investiu R$ 1,5 milhão em melhorias no shopping

Para um bom operador de shopping, as duas variáveis traduzem, no caso do Bella Città, redução de vacância - terror do segmento de norte a sul do Brasil. Mas o alívio é recente. "Tivemos o susto da nova variante (Ômicron) em janeiro, que depois se viu que não era tão grave", observa. O fato é que, do fundo do poço de 2020, largada da pandemia, quando 20 dos 115 espaços estavam vazios, o shopping recuou a 10 espaços em 2021 e passará a seis até abril.

"Três operações abrem em março e uma franquia de chocolate em 1 de abril, para a Páscoa", revela Nadia. Os nomes são Letoá Papelaria, Dr. Burger e Off Vision Eyewear & Watches, que terá a segunda unidade. Já a chocolateria será um nome nacional. Restarão seis espaços, e a meta é chegar ao mesmo nível de 2019 (três lojas desocupadas) até junho, revela a gestora. Nadia quer atrair uma franquia de calçados femininos e loja de produtos naturais, que não tem no mix. Outra meta é preencher a última vaga disponível na praça de alimentação. "Estamos correndo e acho que vai dar", acredita. E vale citar: enquanto lojas fecham em shoppings de Porto Alegre (leia matéria na página 6), o Bella Città buscou segurar varejos. A gerente geral diz que o reajuste ficou abaixo do IGP-M em 2021 e que a negociação é "caso a caso" em 2022. "Ninguém quer perder mais lojistas."

A Comercial Zaffari investiu R$ 1,5 milhão em melhorias nos anos recentes, desde novas fachadas, reforma da área de alimentação a estacionamentos.

No Ponto

O Valentine's Day, dia dos namorados em muitos países, ganhou campanha no Canoas Shopping. Até amanhã, vai rolar a promoção: cada R$ 300,00 em compras vale um par de travesseiros e capas decoradas. Será um kit por CPF e enquanto tiver estoques.

Na onda do pós-NRF, mais duas agendas. Panambi, na quarta-feira (16): Viviane Obadowski e Carla Van Ass, que participaram da feira em Nova York, são palestrantes no auditório da ACI, às 18h30min, em evento da Sicoob e AGV. Inscrição pelo (55) 9-9212-8613. Dia 23, em almoço no Sindicato Rural de Santo Ângelo, Viviane falará sobre o varejo do futuro.

A Thérapi, maior indústria de Florais de Bach da América Latina, chegou a 13 milhões de florais vendidos no Brasil. A marca surgiu em 2016 na gaúcha Arroio do Meio.