

ESPECIAL

AJ08042-1

VITÓRIA, ES | DOMINGO, 28 DE AGOSTO DE 2011

Suplemento especial

DIVULGAÇÃO



Rodovia do Sol terá shopping no ano que vem > 3

SAGRILO/SHOPPING PRAIA DA COSTA



Expansão do Praia da Costa com academia de famosos > 6

DIVULGAÇÃO



Mestre Álvaro está quase pronto para inauguração > 8

J.R. DURAN/BROOKSFIELD DONNA



Novidades e grifes no Shopping Vitória > 20

A vez dos shoppings

Consumo em alta impulsiona indústria de shoppings, com lançamentos e inaugurações. Só na Grande Vitória, são seis novos empreendimentos

ANDRES RODRIGUEZ/DREAMSTIME



Onde tem dinheiro tem consumo



DIVULGAÇÃO

Enriquecimento da população atrai indústria de shopping centers, que investe na Grande Vitória e nos municípios do interior

O percentual da população na classe A em Vitória faz da cidade a terceira mais rica do País. A pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) prevê também um crescimento de entrantes na classe A em Vitória nos próximos anos.

A realidade de Vitória não é isolada. Reflete a melhora econômica que se observa em todo o Estado, que por sua vez acompanha os índices de crescimento do Brasil. As perspectivas são muito positivas para o Espírito Santo, que reúne condições favoráveis para investimentos, com espaço para oferta de produtos e serviços.

De olho nesse público classe A e amparado nos números do crescimento da classe C, a indústria de shopping centers cresce no Estado. Prova disso são as inaugurações programadas para 2011 e para os próximos anos. São seis novos shoppings na Grande Vitória, dois em Linhares e um em Colatina.

Sem falar nas expansões nos centros de compras existentes.

Apenas um grupo, o Sá Cavalcanti, vai construir três na Grande Vitória e ampliar o Praia da Costa que vai ganhar academia, restaurante, mais lojas e salas de cinema. O projeto faz parte da terceira expansão do empreendimento e a previsão é de que sejam investidos R\$ 30 milhões. A primeira etapa da expansão será aberta ao público em outubro próximo.

O Shopping Vitória também tem novidades. Além de novas lojas, sendo uma âncora, o centro de compras vai ganhar um complexo de saúde com clínicas, laboratórios e consultórios de dentistas e médicos, em uma área de mil metros quadrados no terceiro piso.

Fora da Grande Vitória, o fenômeno se dá principalmente em Linhares, com a inauguração de dois shopping centers, em 2012 e em 2013. Colatina ganha um shopping amanhã e o Shopping Sul, em Cachoeiro, vai ser ampliado.

O boom do mercado que ocorre em todo o Brasil teve início em 2007, com a captação de recursos na Bolsa de Valores. Empresas como a Aliance Shopping Centers, que está chegando ao Estado em parceria com empresas locais, se capitalizaram para poder expandir sua atuação pelo País.

PÚBLICO CLASSE A e crescimento da classe C no Estado impulsionam os investimentos em shopping centers

Vila Velha vai ter o maior shopping do Estado

Um milhão e meio de consumidores deverão passar por mês pelo Shopping Vila Velha, quando o centro de compras entrar em operação em 2013. Para atrair esse público, os empreendedores do shopping apostam em uma estrutura diversificada, que inclui 220 lojas satélites, seis âncoras, 10 megalojas e 10 salas de cinema tipo stadium com projeção digital.

O empreendimento está sendo erguido pelos grupos Littig e Incoosal, na avenida Luciano das Neves, na avenida Luciano das Neves, no centro de Vila Velha, em frente ao Centro Universitário Vila Velha (UVV). O investimento é da ordem de R\$ 520 milhões.

O Shopping Vila Velha terá área bruta locável (espaço destinado à instalação das lojas) de 62.860 metros quadrados - 16.174 metros a mais do que o Shopping Vitória, atualmente, o maior do Espírito

Santo.

Gourmet center com cinco restaurantes de diferentes gêneros, praça de alimentação com 28 operações, game center, hipermercado com 9 mil metros quadrados, agências bancárias e estacionamento com 3.359 vagas são outros atrativos do shopping center.

De acordo com o diretor da Littig Investimentos, Fábio Littig, o potencial de vendas previsto para o primeiro ano de operação do empreendimento é de R\$ 568 milhões. A projeção foi realizada pela Gismarket, especializada em estudos de mercado.

O executivo informou que o planejamento, o desenvolvimento e a comercialização do centro de compras e lazer estão a cargo da Conshopping, uma empresa com 40 anos de experiência em shopping centers.

PERSPECTIVA do Shopping Vila Velha, que será construído no terreno em frente à UVV

A companhia atuou na implantação de 45 empreendimentos do ramo, entre os quais o Shopping Vitória, o Salvador Shopping, o Shopping Paulista, o Shopping Vila-Lobos, o Shopping Interlagos e o Shopping Curitiba.

As negociações com as empresas interessadas nas lojas já foram iniciadas e algumas delas fechadas. Os nomes ainda são mantidos em sigilo.



DIVULGAÇÃO

Estudo define localização

O Shopping Vila Velha irá funcionar em localização estratégica, com potencial mercado consumidor, para atender a demanda de uma população crescente e um município economicamente ascendente.

O empreendimento fica próximo à UVV, ao novo Fórum e a uma unidade do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), entre outros

estabelecimentos com grande circulação de pessoas.

Segundo o diretor da Littig Investimentos, Fábio Littig, os empreendedores definiram o lugar do shopping a partir de estudos de mercado.

O projeto do Shopping Vila Velha também já prevê expansões e a construção de torres empresariais.

SAIBA MAIS

Investimento de R\$ 520 milhões

- > OBRAS: já iniciadas.
- > ENTREGA: segundo semestre de 2013.
- > EMPREGOS: 1,5 mil na fase de obras e 4,5 mil empregos diretos na fase de operação.
- > LOJAS: 220 lojas satélites, seis âncoras e 10 megalojas.
- > ATRATIVOS: cinema multiplex com 10

salas tipo stadium com projeção digital, game center com 1.350 metros quadrados, praça de alimentação com 28 operações, gourmet center com cinco restaurantes de diferentes gêneros, agências bancárias, Serviço Atendimento Cidadão (SAC) e estacionamento com 3.359 vagas.

- > FLUXO: 1,5 milhão de consumidores por mês.
- > PÚBLICO CONSUMIDOR: classes A, B e C.
- > VENDAS: o potencial de vendas previsto pela empresa Gismarket (especializada em estudos de mercado) é de R\$ 568 milhões no primeiro ano de operação.



Crescimento de Vila Velha atrai shopping

Boulevard Shopping Vila Velha abre as portas em 2012 na Rodovia do Sol, no entroncamento com a Darly Santos

O crescimento demográfico acima da média brasileira experimentado por Vila Velha estimulou a instalação do Boulevard Shopping Vila Velha no município.

O shopping abre as portas no ano que vem em localização estratégica: no entroncamento das rodovias do Sol e Darly Santos, próximo ao corredor Leste-Oeste, que ligará a cidade a Cariacica.

Segundo o diretor-superintendente da Aliance Shopping Centers, Delcio Lage, pesquisas encomendadas sobre a cidade apontam também público expressivo nas classes A e B. Além de Vila Velha, outros três municípios - Viana, Guarapari e Cariacica - compõem a área de maior influência do em-

preendimento, com cerca de 1 milhão de pessoas.

Entre os atrativos do shopping estarão aproximadamente 150 lojas, das quais nove âncoras e 10 megalojas; cinemas multiplex; praça de alimentação com mais de mil lugares e 2,3 mil vagas de estacionamento. "Muitas atrações serão novidades na cidade", adiantou o diretor-superintendente, que faz segredo sobre o mix de lojas.

A inauguração está prevista para outubro de 2012. As obras serão retomadas no mês que vem, de acordo com Lage. "Nessa fase deverão ser gerados 2 mil empregos, e na operação cerca de 3 mil diretos e 15 mil indiretos", disse.

Ele acrescentou que os recursos injetados no shopping deverão girar em torno de R\$ 400 milhões. O montante inclui a aquisição do terreno, a construção do empreendimento e a montagem das lojas.

O shopping terá área bruta local de 50 mil m² entregue em duas etapas. A primeira (com 42 mil m²) será inaugurada em 2012 e a segunda (com 8 mil m²), no final de 2014.



PERSPECTIVA do Boulevard Shopping Vila Velha: obras no mês que vem

Designer americano planeja iluminação

O Boulevard Shopping Vila Velha terá o que há de mais avançado em sistema de iluminação. O projeto está sendo desenvolvido pelo arquiteto americano Theo Kondos, detentor de um portfólio que inclui trabalhos em diversos países, entre os quais a iluminação do Taipei 101, em Taiwan, o segundo maior arranha-céu do mundo.

Theo Kondos esteve no Estado para conhecer o projeto e o lugar onde funcionará o centro de compras. Encantado com a vista do empreendimento para o mar, o lighting



THEO Kondos é lighting designer

designer adiantou que irá valorizar esse atrativo em seu trabalho.

O projeto, segundo ele, não deixará nada a desejar a empreendimentos do setor situados em grandes centros.

Gigante nacional se associa a capixabas

Até o final de 2012, a Aliance Shopping Centers planeja investir R\$ 700 milhões na construção de shoppings no País. O Boulevard Shopping Vila Velha é um dos três complexos de compras hoje em desenvolvimento pela empresa.

A Aliance detém 50% de participação no empreendimento capixaba, inicialmente denominado BarraSol Shopping. A outra parte pertence aos acionistas B&B Participações, ME Participações, Omega Participações, Eximbiz Comércio Internacional S.A. e o Grupo Otto Andrade.

FIQUE POR DENTRO

Nove lojas-âncoras

- > EMPREGOS: 2 mil na etapa das obras. Na fase de operação, a previsão é de 3 mil postos de trabalho diretos e 15 mil indiretos.
- > LOJAS: 150, sendo nove âncoras e 10 megalojas.
- > ATRATIVOS: cinemas multiplex, praça de alimentação com mais de mil lugares e 2,3 mil vagas de estacionamento.
- > INVESTIMENTO: R\$ 400 milhões.
- > RESULTADO: expectativa é resultado operacional de R\$ 31,9 milhões no terceiro ano de operação.

SHOPPING VITÓRIA

Localização privilegiada, no coração da cidade

340 operações de qualidade com marcas exclusivas nacionais e internacionais.

Concentra as 11 melhores âncoras do país.

Um dos 10 shoppings centers de melhor performance do Brasil.

Há 18 anos faz parte da sua vida, acompanhando você em todos os seus momentos.

Por tudo isso, somos únicos como você.

SHOPPING VITÓRIA ÚNICO

Novidades no Shopping Vitória

Maior shopping do Estado se prepara para receber este ano novas lojas e um centro médico para consultas e exames

Inaugurado em 1993, o maior shopping do Estado completa 18 anos e chega à maioridade com novidades, mostrando que busca se renovar a cada ano para surpreender os clientes. Após construir uma nova galeria, a Enseada, o Shopping Vitória já se prepara para receber este ano mais uma âncora, novas lojas e um centro médico para consultas e exames.

O superintendente do shopping, Raphael Brotto, contou que a Ala Mar vai ganhar uma nova âncora, a loja Camicado, de decoração e utensílios para casa, que vai ocupar uma área de 600 metros quadrados.

Na mesma ala, que reúne lojas mais sofisticadas, serão abertas uma nova Le Lis Blanc, com 500 metros quadrados, uma Brookfield Donna, versão feminina da loja atual, e uma loja da franquia Josefina Rosa Cor.

Na área de serviços, quem tem animais de estimação vai gostar de uma novidade. "Vamos trazer de volta um serviços que já tivemos, por causa da demanda. A pet shop Puppy Island vai ficar na área externa do shopping", adiantou o su-



FOTOS: DIVULGAÇÃO

O SHOPPING VAI ganhar uma nova âncora, a Camicado, de decoração e utensílios para casa, que vai ocupar uma área de 600 metros quadrados

perintendente.

Também já estão confirmadas para este ano uma nova loja de calçados, a Ferni, e uma de cosméticos artesanais, da franquia Empório Body Stores.

A praça de alimentação também vai ficar de cara nova. Está sendo feita uma reforma, prevista para

ser concluída em novembro, que vai ampliar em 200 o total de lugares, chegando a 1.081.

Brotto ressaltou que, nos últimos anos, o shopping vem investindo em serviços para as classes AB e para que o shopping seja um lugar de lazer para a família toda.

"A Praça do Piano foi o primeiro

local escolhido para trazermos lojas de grife. A galeria Enseada, inaugurada no ano passado, foi uma continuação disso. Também investimos em áreas como o Park, com 200 metros quadrados destinados à recreação infantil, e o Espaço Família, para aqueles que vêm com crianças".

E os clientes podem esperar mais novidades para os próximos anos. "Sempre estamos pensando em projetos para futuras expansões para correspondermos às expectativas de nossos clientes e surpreendê-los. O grande diferencial é que ainda temos áreas para isso", afirmou o superintendente.

Empreendimento é um marco para o Estado

O Shopping Vitória foi inaugurado em junho de 1993 pelo Grupo Buaiz. Foi o primeiro grande empreendimento do segmento no Estado e um dos 20 maiores do País.

Na época, contava com 46 mil metros quadrados de área construída, com 160 lojas, além das âncoras Daldato, Riachuelo, C&A e Americanas. A praça de alimentação tinha 17 estabelecimentos e 700 lugares.

A primeira grande expansão ocorreu em 2002, nove anos após a inauguração. Ele praticamente dobrou de tamanho e modernizou o projeto arquitetônico. Em 2006 foi criada a Praça do Piano, com lojas mais sofisticadas.

Em 2007, o shopping firmou parceria com a rede Cinemark, passando a oferecer oito salas com telas gigantes all stadium, som digital, sala 3D entre outros.

Em 2008, lançou o Espaço Família, ambiente para amamentação e alimentação, empréstimo de carrinhos e um fraldário.

A Praça de Alimentação também foi ampliada nessa época, passando a contar com 27 lojas, 771 lugares e mais 72 lugares no mezanino. Também em 2008, foi implantado o serviço de Valet Park, com manobristas.

Em 2009, foi lançado o SV Privilege, um cartão fidelidade com vantagens para clientes, como estacionamento gratuito, personal stylist e descontos em lojas.

No ano passado, inaugurou uma nova expansão, com mais 23 lojas, entre elas três megastores (Saraiva Megastore, Outback Steakhouse e HD Kids).

Com 82 mil metros quadrados

de área construída, tem um total de 300 operações, entre lojas e quiosques, e oito âncoras: C&A, Renner, Leader, Riachuelo, Daldato, Zara, Lojas Americanas e Cinemark.

SAIBA MAIS

40 mil pessoas por mês

- ▶ NA PRAÇA de alimentação, são 27 lojas e 892 lugares.
- ▶ SÃO 771 LUGARES SENTADOS na área principal.
- ▶ NO MEZANINO HÁ MAIS 72 lugares.
- ▶ O ESTACIONAMENTO tem 6.600 vagas/dia
- ▶ RECEBE 40 mil pessoas por mês.

NOVOS PROJETOS

- ▶ VAI GANHAR mais uma âncora, a Camicado (decoração) e novas lojas.
- ▶ SERÁ ABERTO um pet shop na área

externa.

▶ A PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO está sendo reformada e passará a ter 1.081 lugares.

▶ TERÁ UM CENTRO MÉDICO com diversas especialidades, para consultas e exames. Os pacientes serão avisados por pager do horário do procedimento, podendo passear no shopping enquanto esperam.

Fonte: Shopping Vitória

A PRAÇA DO PIANO, com lojas mais sofisticadas, foi inaugurada em 2006



Área para consultórios e exames em outubro

Reunindo mais de 20 especialidades médicas e odontológicas, o Centro Médico Shopping Vitória, previsto para ser inaugurado em outubro, vai mudar o conceito de sala de espera. Uma das comodidades para os pacientes será o serviço de pager, pelo qual será possível fazer compras ou passear pelo

shopping e ser avisado da hora da consulta ou exame.

O centro médico vai reunir 16 empresas para consultas e exames de diagnóstico. Entre as especialidades estão: ortopedia, oftalmologia, cardiologia, angiologia, neurologia, endocrinologia, dermatologia, ginecologia e obstetrícia, anes-

tesologia e endoscopia.

Também haverá os serviços de odontologia, diagnóstico por imagem, com ultrassonografia com Doppler, e laboratório de análises clínicas.

São 1.000 metros quadrados no terceiro andar, com duas recepções e elevador próprio para maca. "O

paciente poderá entrar direto pelo estacionamento", explicou um dos empreendedores, o radiologista Renato Machado.

A previsão é que o centro médico funcione das 7h às 22h, de segunda a domingo, atendendo pacientes de convênios e particulares. A capacidade será de 850 pessoas por dia.

Academia de Bernardinho na expansão do Praia da Costa

A academia Bodytech!, de João Paulo Diniz, Alexandre Accioly e Bernardinho, será aberta ao público em outubro próximo

Inaugurado em 2002 pelo Grupo Sá Cavalcante, o Shopping Praia da Costa vai ganhar academia, restaurante temático, mais lojas e salas de cinema. O projeto faz parte da terceira expansão do empreendimento, que vai aumentar sua área bruta locável (ABL) dos atuais 36 mil metros quadrados para 42,5 mil metros quadrados.

A previsão é de que sejam investidos R\$ 30 milhões na ampliação, cujo projeto será executado pela empresa canadense Designcorp. A primeira etapa da expansão será aberta ao público em outubro próximo, com a academia Bodytech!, de João Paulo Diniz, Alexandre Accioly e Bernardinho.

Para a segunda etapa, a Sá Cavalcante Shoppings Centers negocia com um restaurante temático, que pode vir a ser uma churrascaria. O estabelecimento irá ocupar um espaço de 800 metros quadrados da nova área.

A expansão inclui ainda construção de mais 2,7 mil metros quadrados que abrigarão lojas satélites e, possivelmente, mais duas megalojas. Estão avançadas as negociações com um banco e com uma empresa especializada em móveis. A área do cinema, hoje com sete salas, também será ampliada.

Após a ampliação, o número de lojas chegará a 240. As vendas, por sua vez, deverão alcançar R\$ 450 milhões/ano. Já o fluxo de pessoas anual previsto é de 11,4 milhões.

REFORMA

Segundo o presidente da Sá Cavalcante Shopping Centers, Leonardo de Sá Cavalcante, a grande mudança do Shopping Praia da Costa acontecerá no ano que vem, quando o empreendimento completa 10 anos.

Ele adiantou que uma reforma geral está sendo programada com o objetivo de revitalizar o shopping center. Estão previstas mudanças importantes interna e externamente. A fachada será totalmente modificada e a praça de alimentação reformada. Haverá alterações também na iluminação e no paisagismo, do lado de dentro e de fora.

"A ideia é dar ao Shopping Praia da Costa um ar de modernidade e de sustentabilidade. Depois de 10 anos não podemos deixar a bola cair, por isso faremos uma 'plástica geral'. Muita coisa mudou de 2002 para cá e pretendemos dar ao povo capixaba um shopping reformulado dentro do padrão de exigência que o consumidor merece".

DIVULGAÇÃO/SAGRILO



SHOPPING está sendo ampliado para receber academia, mais lojas e salas de cinema, além de um restaurante de 800 metros quadrados

OS NÚMEROS

Lojas serão 240

- > O INVESTIMENTO na expansão é da ordem de R\$ 30 milhões (R\$ 20 milhões diretos e R\$ 10 milhões dos lojistas).
- > A ÁREA BRUTA LOCÁVEL a partir da ampliação será de 42.500 metros quadrados.
- > O NÚMERO DE LOJAS no Shopping Praia da Costa somará 240.
- > AS VENDAS PREVISTAS após 3ª expansão são da ordem de R\$ 450 milhões/ano.
- > O FLUXO DE PESSOAS deverá alcançar 11,4 milhões/ano.

Grupo investe em quatro municípios

Quatro municípios da Grande Vitória estão sendo contemplados com investimentos do Grupo Sá Cavalcante. No Shopping Mestre Álvaro, na Serra, em fase de conclusão, os recursos chegam a R\$ 246 milhões (R\$ 150 milhões diretos e R\$ 96 milhões de lojistas), mais R\$ 28 milhões de investimentos no entorno.

No Shopping Moxuara, em Cariacica, são R\$ 347 milhões (R\$ 195 milhões no shopping e R\$ 152 milhões no centro empresarial). Já o valor aplicado no Ilha Mall, em Bento Ferreira, será anunciado amanhã pelo grupo. A ampliação do Shopping Praia da Costa, por sua vez, demandará R\$ 30 milhões.

No Brasil inteiro, são nove shop-

pings em construção pelo grupo, que tem à frente o empresário Walter Sá Cavalcante e os filhos Walter e Leonardo. "Estão previstos investimentos da ordem de R\$ 2,4 bilhões nos shoppings novos", informou Leonardo Cavalcante,

FIQUE POR DENTRO

Expectativa para 2015

- > DEZ shoppings centers.
- > 2,5 MIL lojas.
- > MAIS DE 360 MIL metros quadrados de área bruta locável.
- > R\$ 4,3 BILHÕES em vendas/ano.
- > FLUXO de aproximadamente 11,4 milhões de pessoas/ano.

Fonte: Grupo Sá Cavalcante

presidente da SC2.

No planejamento estratégico da empresa, a meta da incorporadora é alcançar, até 2015, um valor geral de vendas (VGV) potencial de lançamentos de R\$ 5,4 bilhões.

Segundo Leonardo, o Grupo Sá Cavalcante optou por um trabalho verticalizado, com total sinergia entre as atividades de incorporação imobiliária e de shoppings.

Shopping em Bento Ferreira

O Ilha Mall, que será erguido pelo Grupo Sá Cavalcante, irá funcionar junto ao estádio Salvador Costa, do Vitória Futebol Clube. Localizado em Bento Ferreira, na capital do Estado, o campo esportivo passará por reforma. A atual estru-

ta executiva explicou que além de construir, a empresa desenvolve, opera e administra, atuando nos shoppings e nos centros empresariais lançados com a sua marca. Com isso, firma-se como uma das principais empreendedoras do País em seu segmento e fechará este ano com mais 12 milhões de metros quadrados de área construída.

tura será demolida para dar lugar ao novo estádio e ao centro de compras.

O investimento e detalhes do empreendimento serão anunciados amanhã pelo Grupo Sá Cavalcante.

RAIO X

Empresa teve início em 1974

- > A CONSTRUÇÃO CIVIL foi o primeiro setor de atuação do Grupo Sá Cavalcante.
- > OS TRABALHOS do conglomerado começaram em 1974, em São Luís, no Maranhão, e logo se estenderam a outros estados, entre os quais o Espírito Santo.
- > AS ATIVIDADES em solo capixaba começaram com a incorporação e construção de 960 apartamentos, no bairro de Jardim Camburi. A partir

- daí, o grupo realizou importantes obras que se tornaram marco para a história de realizações no Estado, como o Shopping Boulevard da Praia.
- > JÁ EM 2000, a construtora Sá Cavalcante deu início ao Shopping Praia da Costa, inaugurado em outubro de 2002.
- > POSTERIORMENTE, iniciou a construção do moderno Centro Empresarial Praia da Costa, entregue em março de 2004.



O EMPRESÁRIO WALTER Sá Cavalcante comanda o grupo com os filhos

Mestre Álvaro quase pronto

DIVULGAÇÃO

Shopping será inaugurado dia 9 de novembro com 282 lojas, salas de cinema e um centro empresarial que terá 154 salas

Um shopping com área aberta lembrando uma rua com comércio e muita arborização. Assim será o Mestre Álvaro, empreendimento do Grupo Sá Cavalcante que será aberto ao público no dia 9 de novembro. Com localização privilegiada, nos limites de Vitória e Serra, o complexo multiuso é formado por um shopping center com 282 lojas e um centro empresarial com 154 salas.

O centro comercial, orçado em R\$ 246 milhões, atenderá às principais regiões com maior potencial econômico dos dois municípios capixabas. C&A, Riachuelo, Marisa, Renner e Le Biscuit são as âncoras do empreendimento. O variado mix do shopping inclui lojas como Dadalto, Centauro, Opção Jeans e Vivara.

Na praça de alimentação, alguns dos destaques são o Montana Grill, McDonalds, Bob's, Spoleto, Burger King, Giraffas e Chopp Brahma. A criançada também terá seu espaço garantido no Shopping Mestre Álvaro com uma megaloja Ri Happy e ainda um espaço cheio de diversão da Medic Games. Para os cinéfilos, a novidade é a chegada ao Estado da Cinematográfica Araújo com salas de cinema com sistema max screen e telas de aproximadamente 180 metros quadrados.

Segundo o presidente da Sá Cavalcante Shopping Centers, Leo-



VISTA PANORÂMICA do Shopping Mestre Álvaro, que fica na divisa entre Vitória e Serra, com o aeroporto ao fundo. Abertura será no dia 9 de novembro

nardo Sá Cavalcante, estima-se que durante o primeiro ano de atividades o empreendimento mantenha um fluxo de 10 milhões de pessoas, gerando R\$ 410 milhões de vendas.

No empreendimento serão gerados 3 mil empregos diretos, impulsionando o desenvolvimento econômico e social da região.

Do Shopping Mestre Álvaro será possível observar a capital desde o ponto da divisão dos municípios até a Pedra dos Dois Olhos, no outro extremo, no bairro de Tabuazeiro.

No teto do empreendimento, uma

claraboia (abertura no alto da edificação) permitirá a visualização de pousos e decolagens dos aviões sem o incômodo do barulho das turbinas, uma vez que a estrutura do local inclui vedação acústica.

Junto ao Shopping Mestre Álvaro, o município da Serra receberá um centro empresarial referência em tecnologia e em conforto. O Centro Empresarial Mestre Álvaro irá dispor de 154 salas comerciais, divididas em duas torres (uma com 84 unidades e outra com 70) dentro do shopping. As salas variam entre 32,44 metros quadrados e 397,03 metros quadrados.

FIQUE POR DENTRO

Shopping terá 282 lojas

- > INAUGURAÇÃO: prevista para 8 de novembro próximo, com abertura ao público no dia seguinte.
- > ÁREA BRUTA LOCÁVEL (ABL): 32 mil metros quadrados.
- > LOJAS: 282 (13 grandes, entre âncoras e megalojas, 244 satélites, 23 de alimentação e mais dois restaurantes com vista panorâmica). Além disso, há três restaurantes externos, seguindo o conceito life style.
- > SALAS DE CINEMA: cinco.
- > ESTACIONAMENTO: 1.211 vagas.
- > EMPREGOS: 3 mil diretos quando o empreendimento estiver operando.
- > VENDAS: R\$ 410 milhões/ano.
- > FLUXO DE PESSOAS: 10 milhões por ano.
- > INVESTIMENTO: R\$ 246 milhões (R\$ 150 milhões diretos e R\$ 96 de lojistas), mais R\$ 28 milhões de investimentos no entorno.
- > CENTRO EMPRESARIAL: um com 154 salas, distribuídas em duas torres.

DIVULGAÇÃO

Shopping Moxuara será inaugurado em 2013

Cariacica vai ganhar em 2013 seu primeiro shopping regional, com 240 lojas e um complexo de cinemas com cinco salas de última geração. O centro de compras fica próximo ao entroncamento das BRs 262 e 101 (Contorno).

Além do Shopping Moxuara, o empreendimento inclui o um centro empresarial com 1.004 salas comerciais, distribuídas em quatro torres. A primeira delas será lançada com 396 salas.

Serão investidos R\$ 347 milhões no complexo multiuso - R\$ 195 milhões no shopping e R\$ 152 milhões no centro empresarial, de acordo com o presidente da Sá Cavalcante Shopping Centers, Leonardo Sá Cavalcante.

O projeto de planejamento foi planejado para uma área bruta locável (ABL) inicial de 30 mil metros quadrados em uma área construída de 90 mil metros quadrados, mas será inaugurado já com previsão de uma expansão de 11 mil metros quadrados. Das 240 lojas previstas inicialmente, serão seis âncoras, seis megalojas, 207 satélites,

19 quiosques e duas operações de lazer. O local terá 1.328 vagas de garagem, a maioria, coberta.

O complexo vai criar 1,4 mil empregos durante as obras e mais 3,5 mil na operação. Segundo os investidores do complexo, esse cenário contribuirá para o crescimento da renda média domiciliar da região, com impacto positivo em todas as atividades econômicas, inclusive no comércio local.

A previsão dos empreendedores do shopping é de um fluxo 10 milhões de pessoas/ano e de vendas anuais em torno de R\$ 360 milhões. Além do público de Cariacica, também serão beneficiados os consumidores dos municípios de Viana, Domingos Martins, Marechal Floriano, Santa Leopoldina e boa parte de Vila Velha, regiões que compõe a área de influência direta do complexo.

A construtora Sá Cavalcante é responsável pelas obras do shopping e do centro empresarial e a Sá Cavalcante Shopping Centers irá desenvolver, operar e administrar o empreendimento.

O SHOPPING MOXUARA vai beneficiar Cariacica, com impacto positivo em todas as atividades econômicas da região



SAIBA MAIS

Previsão de 10 milhões de pessoas por ano

- > INAUGURAÇÃO: prevista para abril de 2013.
- > ÁREA BRUTA LOCÁVEL (ABL): 30 mil metros quadrados.
- > LOJAS: 240 lojas (seis âncoras, seis megalojas, 207 satélites, 19 quiosques e duas operações de lazer).
- > SALAS DE CINEMA: cinco.
- > ESTACIONAMENTO: 1.328 vagas.
- > EMPREGOS: serão gerados 3,5 mil empregos diretos na operação do shopping. Durante a obra, serão 1,4 mil empregos diretos.
- > VENDAS: R\$ 360 milhões/ano.
- > FLUXO DE PESSOAS: 10 milhões por ano.
- > INVESTIMENTO: R\$ 347 milhões - R\$ 195 milhões no shopping e R\$ 152 milhões no centro empresarial.
- > CENTRO EMPRESARIAL: formado por quatro torres comerciais com 1.004 salas (as torres serão lançadas conforme a demanda de mercado).

Norte Sul amplia área em 20%

Shopping terá Lojas Americanas, mais uma sala de cinema 3D e deques na área externa. Inauguração está prevista para outubro

A história do Shopping Norte Sul se confunde com a história do bairro Jardim Camburi, em Vitória, onde ele foi construído há quase nove anos. O empreendimento foi um dos precursores no desenvolvimento imobiliário que a região experimentou na última década e continua crescendo e se renovando junto com ela.

O Norte Sul está passando por uma reformulação e ampliação prevista para ser inaugurada em outubro, quando faz aniversário. Entre as mudanças está a reforma

da fachada, que está ficando mais sofisticada, e a construção do terceiro piso. O local também vai ganhar uma loja-âncora, mais uma sala de cinema 3D e deques na área externa.

“Como temos interação forte com bairro, quisemos adequar o empreendimento ao desejo dos nossos clientes, já que o shopping passou a ser uma extensão da casa deles. Estamos consolidando a posição do shopping de Jardim Camburi”, ressaltou o diretor do Norte Sul, José Luiz Kfuri.

Ele vai ter uma expansão de 20%, passando de 97 para 116 operações de comércio, serviços, entretenimento e lazer. Além disso, vai ganhar uma âncora, as Lojas Americanas. “Fizemos uma pesquisa para saber o que os clientes desejavam e a âncora foi apontada por eles”, contou Kfuri.

Ele acrescentou que o perfil dos moradores, muitos jovens casais



O SHOPPING NORTE SUL, em Jardim Camburi, está passando por uma reformulação na área externa

com filhos pequenos, também motivou a ampliação dos espaços infantis de entretenimento.

No terceiro piso, passarão a funcionar os serviços, como lotérica, Correios e caixas eletrônicos, para que o primeiro e o segundo piso tenham mais lojas.

Já a área externa vai ganhar deques para que os visitantes aproveitem o happy hour, por exemplo.

Além disso, os banheiros estão sendo reformados e ganhando ar-condicionado, as escadas rolantes foram trocadas e o local ganhou um novo elevador.

“Estamos qualificando o shopping. Houve um crescimento grande do bairro e da faixa de renda do público. Nesses oito anos, observamos uma mudança significativa em Jardim Camburi, com a

expansão imobiliária”, ressaltou Kfuri.

“Fomos precursores nessa movimentação para o loteamento Santa Teresinha, que acabou virando também Jardim Camburi. Com o shopping, vieram mudanças viárias, por exemplo. Ele foi um agregador de desejos do morador e continua inserido na comunidade”, acrescentou.

SAIBA MAIS

Expansão será inaugurada em outubro

- > O SHOPPING Norte Sul tem hoje 97 operações, entre lojas, serviços, entretenimento e lazer.
- > SÃO SEIS SALAS de cinema, com total de mil lugares. Uma delas é 3D.
- > A PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO tem 13 lojas.

EXPANSÃO

- > A FACHADA está sendo reformulada e o local passará a ter dois deques na área externa.
- > COM A EXPANSÃO, passará a ter 116 operações.
- > TAMBÉM GANHARÁ uma âncora, as Lojas Americanas.
- > A EXPANSÃO deve ser inaugurada em

outubro, quando o shopping completa 8 anos.

FLUXO

- > CIRCULAM 247.895 pessoas no local, por mês.
- > POR DIA, são 8.263 visitantes.
- > ENTRE ELES, 66% vão a pé.

Fonte: Shopping Norte Sul.



PROJEÇÃO DO SHOPPING NORTE SUL com a nova fachada

Jardins se consolida como shopping de bairro

Perto de casa, o morador encontra o livro que está procurando, aquele presente para a festa que surgiu de última hora ou vai ao cinema com os amigos. Esse é o conceito do Shopping Jardins, que está completando cinco anos em Jardim da Penha, Vitória.

São 36 lojas e duas salas de cinema, além de 40 salas comerciais com consultórios e outros serviços.

“O shopping evita que o cliente tenha de fazer um grande deslocamento no trânsito para encontrar o que precisa. Muitos acabam desistindo da compra por conta disso. Além disso, o mix de lojas é diversificado, com uma loja de cada serviço, da melhor marca. Com isso, o cliente vai direto onde precisa”, ressaltou o presidente do grupo Proeng, Lamberto Palombini Neto.

Ele observou que a diferença para as lojas de rua está nesse mix, além da segurança e da oferta de vagas de estacionamento.

Palombini acrescentou que há projeto de expansão futura do Jardins, com mais salas e lojas. A empresa, que também é responsável pelo Proeng Hall – com 22 lojas e 40 salas no mesmo bairro – tem outros dois projetos de shoppings de bairro, um para a Grande Vitória, em 2012, e outro para o interior do Estado, em 2014.

“Essa é uma tendência, do morador sentir que o shopping é dele. A maioria dos nossos clientes vai caminhando para o local. Também temos clientes de bairros vizinhos, como Praia do Canto e Barro Vermelho”, acrescentou Palombini.

Entre os diferenciais do Jardins estão as salas de cinema, que oferecem uma programação diversificada adequada ao público, em grande parte de universitários.

A maior parte do público está na faixa dos 25 aos 45 anos, correspondendo a 72% do total. Em segundo lugar está a faixa até 24 anos, com 17%.



FIQUE POR DENTRO

Dois cinemas e happy hour

- > SÃO 36 LOJAS e ainda 40 salas comerciais.
- > ENTRE AS LOJAS ESTÃO: Itapuã, O Boticário, Cacau Show, Claro Telefonia, Metal Nobre, Base Nuclear, Monte Bello Jóias e Empório Maia.

- > SÃO DUAS SALAS de cinema com 135 lugares cada.
- > TEM ESTACIONAMENTO coberto.
- > A PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO tem restaurantes e espaços para o happy hour. No local estão a Fornello Cozi-

nha & Pizza e o restaurante oriental Satsuma.

- > O LOCAL tem happy hour de quinta a sábado.

Fonte: Shopping Jardins

MIX DE LOJAS, cinemas e happy hour são atrações do shopping, que fica em Jardim da Penha

Colatina ganha shopping amanhã

A partir de amanhã, o Shopping Atacadista Moda Brasil vai receber lojistas do Espírito Santo e também dos estados vizinhos

O Espírito Santo ganha seu primeiro shopping de atacado e pronta-entrega. O Shopping Atacadista Moda Brasil será inaugurado em Colatina, amanhã, com 60 lojas de fábrica voltadas para lojistas, inserindo o polo de confecções do noroeste capixaba na rota nacional de compras.

De acordo com o presidente do Sindicato das Confeccões de Colatina e Região Noroeste do Espírito Santo (Sinvesco-ES), Edvaldo Vieira, além de abastecer lojas de todo o Estado, o shopping vai atingir uma área de abrangência de pelo menos 600 quilômetros, atendendo Norte do Rio de Janeiro, Sul da Bahia e Leste de Minas.

Edvaldo destacou que o Espírito Santo possui aproximadamente 1.300 empresas de confecções,



A EXPECTATIVA é de que circulem no local 2.500 clientes por mês. As vendas serão no atacado mediante CNPJ

sendo que as maiores estão localizadas na Região Noroeste, que engloba 19 municípios.

Colatina destaca-se com 400 das 650 empresas na região, que reúne marcas reconhecidas nacionalmente, como Vide Bula, Lei Bá-

sica, Missbela e Presidium. Por mês, 2 milhões de peças de roupas são produzidas no Noroeste.

“Além da principal área de abrangência, teremos clientes de todo o País. A maior vantagem é que o lojista terá escolha e poderá

negociar, o que vai refletir no preço final do produto para o consumidor. O shopping também fortalece as marcas capixabas, principalmente as pequenas, que poderão mostrar o produto na sua cidade”, ressaltou.

A expectativa é de que circulem no local 2.500 clientes por mês no espaço que terá ainda restaurante, área de descanso, lanchonete e 200 vagas de estacionamento, inclusive para ônibus de excursão.

“Já estamos com uma excursão do Sergipe agendada. Eles vão até São Paulo comprar e também vão passar por aqui. Estamos entrando no roteiro de compras deles”, contou Edvaldo.

Ele explicou que esta é apenas a primeira fase do empreendimento, que terá 6 mil metros quadrados de área construída e, futuramente, poderá chegar a 109 lojas.

Facilidades para reduzir preço ao consumidor

Além de reunir grandes marcas capixabas, o Shopping Atacadista Moda Brasil terá vantagens para lojistas, que poderão se refletir em melhores preços também para o consumidor final.

Uma delas é o sistema de guias, que estarão nas principais cidades da área de abrangência do shopping para levar os lojistas em vans e ônibus, com desconto de até 100% na passagem.

“Caso o cliente faça um determinado valor de compras, ganhará desconto na passagem ou ela poderá sair até de graça”, explicou o presidente do Sindicato das Confeccões de Colatina e Região Noroeste do Espírito Santo (Sinvesco-ES), Edvaldo Vieira.

Compradores também terão um cadastro unificado para todas as lojas, o que vai agilizar o processo de compra.

O shopping contará ainda com salas de descanso para lojistas, guarda-volumes, serviço de fardagem de mercadoria, balcões de informação e monitoramento de segurança eletrônico.

SAIBA MAIS

Setor de confecções tem 1.300 empresas

- > O ESTADO tem cerca de 1.300 empresas de confecção.
- > A REGIÃO NOROESTE reúne cerca de 650 delas, sendo 400 em Colatina.
- > A PRODUÇÃO da Região Noroeste é de aproximadamente 2 milhões de peças por mês.
- > O SETOR emprega no Estado 30 mil pessoas, entre empregos formais e

informais, sendo 14 mil entre formais e informais.

SHOPPING

- > 60 LOJAS de pronta-entrega na primeira etapa, podendo chegar a 109 em um segundo momento.
- > 200 VAGAS de estacionamento
- > TOTAL de 14 mil metros quadrados

- > TEM RESTAURANTE, lanchonete e área de descanso para os clientes
- > VENDERÁ somente no atacado e, para comprar, é preciso ter CNPJ
- > INAUGURAÇÃO: 29 de agosto
- > ENDEREÇO: avenida Fioravante Rossi, 3.600, bairro Honório Fraga, Colatina

Fonte: Sinvesco-ES

Shopping Sul planeja duas torres comerciais e expansão

Atualmente com 130 lojas, o Shopping Sul, em Cachoeiro de Itapemirim, já tem planos de expansão. Serão mais 40 lojas e duas torres comerciais com o total de 260 salas, além de mais 560 vagas de estacionamento e duas novas lojas-âncoras.

O projeto de ampliação deve ser lançado até o final do ano. De acordo com o superintendente do shopping, Marcelo Gottardi, a pre-

visão é de que a expansão do shopping será concluída em até dois anos e meio e as torres comerciais, o Stone Business, em até cinco anos.

Inaugurado em março de 2008, o empreendimento tem ainda duas salas de cinema, praça de alimentação com lojas como McDonalds, Subway, Bobs, Giraffas e Spoleto, e as Lojas Americanas como âncora.

Localizado próximo a um centro universitário, possui também um centro de convenções, o Unimed Hall, com capacidade para 2.500 pessoas e que recebe eventos nacionais, entre palestras, congressos e shows musicais. Já estão confirmados, por exemplo, shows do Titãs, em 2 de setembro, e Seu Jorge, em 1º de outubro.



O SHOPPING SUL tem um centro de convenções para 2.500 pessoas

FIQUE POR DENTRO

Expansão terá salas comerciais

- > LOCALIZADO em uma região nobre de Cachoeiro de Itapemirim, o Shopping Sul tem 130 lojas, praça de alimentação, duas salas de cinema e um centro de convenções.
- > A ÂNCORA são as Lojas Americanas.

comerciais no entorno do shopping.

- > SERÃO AINDA mais 40 lojas e 560 vagas de estacionamento.
- > O PROJETO deve ser lançado até o final do ano.
- > A ENTREGA das lojas e garagem é prevista para dois anos e meio. Já as salas devem ser concluídas em até cinco anos.

EXPANSÃO

- > O STONE BUSINESS terá 260 salas

Cachoeiro vai ganhar novos shoppings

Além da expansão do Shopping Sul, Cachoeiro de Itapemirim está na mira de investidores para receber novos shoppings. De acordo com o secretário Desenvolvimento do município, Ricardo Coelho, empresas capixabas e de outros estados estão prospectando terrenos na região.

Algumas construtoras confirmaram para a reportagem de A Tribuna o interesse de instalar pelo menos mais dois empreendi-

mentos no município, mas ainda não falam abertamente dos projetos para não atrapalhar as negociações com proprietários de terrenos.

Coelho observou que a previsão de instalação de grandes indústrias no Sul do Estado, como CSU em Anchieta e Ferrous em Presidente Kennedy, fortalece o município, que é o principal polo da região.

“Uma pesquisa da Associação

Comercial mostrou que, embora tenha cerca de 200 mil habitantes, por aqui circulam 700 mil pessoas. A área de influência de Cachoeiro é muito grande, abrangendo 18 municípios, e a cidade apresenta vantagens competitivas para receber esses investimentos”, destacou.

O secretário acrescentou que projetos como a duplicação da BR-101 e a construção da Ferrovia Litorânea Sul reforçam esse perfil.

108042-9

Especial



DIVULGAÇÃO

SHOPPING terá 66.800 metros quadrados de área construída e cercada por 5 mil metros quadrados de área verde

Shopping vai mudar a paisagem de Linhares

Centro de compras será âncora do primeiro complexo urbano planejado do Estado, com prédios comerciais e residenciais e hotel

Cercado de área verde, com duas praças de eventos e no centro do primeiro complexo urbano planejado do Estado, o Shopping Linhares começa a ser construído em outubro no Norte do Estado pela Lorenge, que começou a investir no segmento nes-

te ano. O complexo Prima Città ficará no bairro Movelar, às margens da BR-101, e terá um hotel de categoria internacional, duas torres empresariais com 600 salas e um condomínio clube residencial com 640 apartamentos de dois e três quartos. No shopping, serão 177 lojas satélites, cinco âncoras e um hipermercado com uma área de 7.500 metros quadrados. O projeto ainda prevê seis salas de cinema tipo stadium, com capacidade total para atender 960 pessoas, kid play de aproximadamente 800 metros quadrados e praça de alimentação

com 19 operações. No total, o shopping terá 66.800 metros quadrados de área construída e cercada por 5 mil metros quadrados de verde, em jardins e paisagismo ao redor do empreendimento. Todo o estacionamento será subterrâneo e os clientes terão acesso às lojas por elevadores e escadas rolantes. No meio do centro de compras e lazer, haverá ainda duas praças para eventos, dentro de duas apoteoses, com áreas de 1.500 a 2 mil metros disponíveis. “Essa área poderá ser utilizada, por exemplo, para desfiles e lançamentos de coleções dos próprios

SAIBA MAIS

Obras começam em outubro

- > FICARÁ no complexo urbano Prima Città, no bairro Movelar, às margens da BR-101, em Linhares.
- > TERÁ TOTAL de área construída de 66.800 metros quadrados.
- > SERÃO 177 LOJAS satélites, 5 âncoras, 1 hipermercado e 6 salas de cinema tipo stadium.
- > A PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO terá 19 operações.
- > TERÁ 2.600 VAGAS de garagem cobertas.

O COMPLEXO
> ALÉM DO SHOPPING, o Prima Città terá um hotel de categoria internacional, duas torres empresariais com 600 salas e um condomínio clube re-

sidencial com 640 apartamentos de dois e três quartos.
> OS CONDOMÍNIOS seguem o estilo Total Life, já consolidado pela empresa na Grande Vitória, reunindo imóveis residenciais, centro de compras e torres corporativas, além de clube de lazer para os moradores.

OBRAS
> AS OBRAS DO SHOPPING estão previstas para começarem em outubro deste ano, com previsão de conclusão em outubro de 2013.
> VAI EMPREGAR cerca de 800 pessoas durante a obra e criar cerca de 2 mil vagas diretas quando estiver pronto.



DIVULGAÇÃO

O SHOPPING LINHARES faz parte do complexo Prima Città, da Lorenge

lojistas. O shopping será também um ícone arquitetônico às margens da BR-101, justificando ainda mais a parada programada de visitantes no local”, explicou o CEO da Lorenge, José Elcio Lorenzon. Ele acrescentou que a comercialização já foi iniciada. “Já temos contatos com grandes âncoras do mercado nacional. Entre elas, estará um líder mundial do segmento de supermercados. Também já estamos fechando com megalojas das áreas de eletro, linha branca, vestuário e conveniências, em ge-

ral”, adiantou. Lorenzon observou que a área de abrangência do shopping, previsto para ser inaugurado em outubro de 2013, envolve 14 municípios, entre eles Colatina, São Mateus, Jaguaré, Sooretama, João Neiva, Aracruz, Marilândia e Conceição da Barra. “Linhares é uma cidade que se beneficia de megaempreendimentos. Há boas perspectivas econômicas e de geração de emprego e renda para a região, pois isso essa aposta”, ressaltou.

Grandes lojas vão estreiar na região

Previsto para ser inaugurado em março de 2012, o Shopping Pátio Mix Linhares já tem grandes lojas confirmadas que irão estreiar na região Norte do Estado, entre elas Leader, C&A e Riachuelo. Ao todo, serão seis âncoras, cinco megalojas, mais de 100 lojas satélites, praça de alimentação e quatro salas de cinema multiplex, no empreendimento que ficará no bairro Três Barras, com acesso fácil à BR-101. De acordo com Marcelo Kingston, um dos empreendedores, o shopping já está ancorado com grandes marcas do varejo nacional: C&A, Riachuelo, Leader, Marisa, Lojas Americanas, Centauro, Lojas Avenida e Supermercados Oriundi. “Em pouco mais de três meses de comercialização, já atingimos mais de 80% dos espaços negociados, com destaque para as megalojas e satélites”, acrescentou. Entre elas estão Polishop, Itapuã Sports, HD Kids, Playtoy, Le Postiche, Camisaria Colombo, Itsport,

All Jarreau e Empório Maia. Recentemente, o grupo também realizou uma feira de franquias para apresentar algumas possibilidades de investimento em marcas nacionais, como Brahma, Montana Grill, City Shoes e Nobel. O empreendimento faz parte da estratégia da Pátio Mix, empresa criada por Kingston e Leonardo Matheson, especializada em desenvolver shoppings em cidades com menos de 400 mil habitantes e com crescimento econômico acelerado. Segundo Kingston, há uma grande demanda nessas cidades, que apresentam forte crescimento de renda e população em função de grandes investimentos. Kingston destacou que Linhares atraiu o interesse da empresa justamente pelo crescente desenvolvimento econômico. A empresa está há mais de 20 anos no setor e já atuou na implementação e comercialização de mais de 30 shoppings no País, com foco em cidades de porte médio.



DIVULGAÇÃO

O SHOPPING PÁTIOMIX vai ser inaugurado em março de 2012, com investimentos de R\$ 100 milhões, em Linhares

FIQUE POR DENTRO

Âncoras e megalojas confirmadas

- > O PÁTIOMIX LINHARES terá aproximadamente 20 mil metros quadrados de área bruta locável.
- > FICARÁ no bairro Três Barras, em Linhares.
- > A INAUGURAÇÃO é prevista para março de 2012.
- > SERÃO 6 ÂNCORAS, 5 megalojas, mais de 100 lojas satélites, praça de alimentação, 4 salas de cinema multiplex, games e diversão.
- > O INVESTIMENTO é de R\$ 100 milhões.

> SERÃO CRIADOS mais de mil empregos diretos.
ÂNCORAS
> C&A, RIACHUELO, Leader, Marisa, Lojas Americanas, Centauro, Lojas Avenida e Supermercados Oriundi.
MEGALOJAS E SATÉLITES
> JÁ ESTÃO CONFIRMADAS: Polishop, Itapuã Sports, HD Kids, Playtoy, Le Postiche, Camisaria Colombo, Itsport, All Jarreau, Empório Maia, entre outras.

A EMPRESA
> A PÁTIOMIX atua de forma integrada no desenvolvimento, comercialização e administração de shopping centers e tem uma história de mais de 20 anos no setor de shopping.
> ATUOU NA IMPLANTAÇÃO e comercialização de mais de 30 shoppings em todo País. O grupo é sócio da BR-Malls, maior empresa de shoppings do Brasil, e inaugurou centros de compras em Itaguaí e Resende (RJ) ano passado.

AJ08042-10

Especial

Bolsa alavanca os negócios

DIVULGAÇÃO

Empresas de shopping center buscam a Bovespa para obter recursos extras e financiar o crescimento

A BR Malls foi a primeira empresa brasileira de shopping center a entrar na Bovespa. Hoje, as gigantes do setor se capitalizaram na Bolsa e partiram para a expansão, como a Aliansce, que entrou recentemente no Estado viabilizando o Shopping Boulevard Vila Velha.

A empresa, que abriu capital na Bolsa em janeiro do ano passado, detém 50% do negócio, em parceria com o grupo Barra Sol. Em todo o País, a Aliansce tem participação em 18 shoppings.

No Estado, as empresas de shopping veem a entrada na Bolsa como uma medida a ser tomada em um futuro não muito distante. A capitalização é admitida pela Lorenge e pela Sá Cavalcante como forma de obter recursos para expandir os negócios e alçar voos mais altos.

O gerente-geral de Shopping Centers da Lorenge, Evandro Siqueira, frisou que a empresa não faz planos no momento, mas ad-

mitiu que a abertura de capital em bolsa é um caminho natural.

Ele ressaltou que investir em shoppings é um negócio tão rentável que muitas empresas resistem em ir à Bolsa. "Nesse negócio, só se divide lucros, nunca prejuízos. Hoje em dia, não vejo possibilidade de a Lorenge abrir capital. Mais para frente, creio que haja."

Já o vice-presidente do grupo Sá Cavalcante, Walter de Sá Cavalcante, informou, por meio de sua assessoria, que o mercado de ações é uma possibilidade que a empresa não descarta.

"A abertura de capital nada mais é do que outra fonte de financiamento, em que a empresa cede ações em troca de dinheiro. Por enquanto não estamos precisando de recursos extras para financiar nosso crescimento. Quando isso estiver para ocorrer será a hora certa para a abertura", informou.

Na visão do grupo, a Bolsa é uma fonte quase que inesgotável de recursos para novos investimentos. "O Novo Mercado também exige que a empresa siga uma série de normas de governança que normalmente é muito saudável para o negócio. Mas como nosso grupo já atende a estas normas, isso não contaria como vantagem para a gente", disse Cavalcante.

Já o consultor imobiliário José Luiz Kfuri comentou que uma for-



WALTER DE SÁ CAVALCANTE vê a Bolsa como uma possibilidade, mas apenas no momento oportuno, não agora

Pessoa física também fatura com papéis de shopping centers

Enquanto a caderneta de poupança rende pouco mais de 0,6% ao mês, as cotas de fundos de investimentos relativos a shopping centers chegam a oferecer rentabilidade de mais de 1% no mesmo período.

Além disso, diferentemente dos

fundos de renda fixa e dos CDBs, não existe a incidência de Imposto de Renda sobre os ganhos.

Para entrar nessa, o investidor precisa ter a partir de R\$ 8 - que é o valor médio de mercado da cota do Grand Plaza Shopping, em Santo André, São Paulo, administrado pela Cyrela.

A diferença das cotas para as ações é que, ao adquiri-las, o investidor torna-se sócio apenas do empreendimento, enquanto que, com as ações, os resultados da empresa como um todo serão considerados, segundo o economista e sócio-di-

retor da Valor Investimentos, Paulo Henrique Corrêa.

Ele explicou que, ao comprar cotas de shoppings, o investidor pode ganhar com a valorização do ativo e também com a distribuição de dividendos, pagos mensalmente.

"Nos dois casos pode haver perdas, mas, em se tratando das cotas, o risco é bem menor, e há rendimentos mensais. Considero um bom negócio", reforçou Rodrigo Morosky, sócio-diretor da SomaInvest.

Morosky destacou ainda a força dos shoppings como investimento na Bolsa. Ele lembrou que o consumo no País está em alta e apontou que, mesmo com as turbulências internacionais, as ações de shoppings tendem a dar lucros.

Paulo Henrique Corrêa orientou que, para investir, seja nas ações das indústrias de shoppings seja em cotas de fundos imobiliários, primeiro deve-se fazer um cadastro em uma corretora membro da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa). Depois, basta enviar os recursos para os investimentos.

O presidente da Banestes Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários (DTVM), José Márcio Soares de Barros, citou ainda o site da Central de Custódia e de Liquidação Financeira de Títulos (Cetip), no www.cetip.com.br, como forma de comprar cotas.

"Cotas são como compra de imóvel", diz investidor

O investidor Luiz Henrique Sant'Anna aposta suas fichas no setor de shopping centers e garante: adquirir ações e cotas desse tipo de empreendimento vale mais a pena do que comprar um imóvel e alugá-lo.

"Um apartamento, por exemplo, se valoriza e rende um ganho mensal, mas não há como diversi-

ficar, é uma coisa só. Já as cotas são como a compra de um imóvel: você tem um pedacinho do shopping e recebe dividendos todo mês. E elas se valorizam mais que um imóvel qualquer", comparou.

Quanto ao mercado de ações, Sant'Anna ressaltou que, aplicando nas ações certas, os ganhos podem ser enormes.



LUIZ HENRIQUE SANT'ANNA está satisfeito com a rentabilidade de suas cotas e ações do setor de shopping centers

SAIBA MAIS

Como investir em shoppings

Ações

- ▶ **SÃO PEQUENAS** parcelas do capital social de uma empresa. Com ela, você participa dos resultados da empresa como um todo.
- ▶ **APESAR DO FRACO** desempenho da Bolsa neste ano, o consumo está em alta no País, o que pode significar valorização das ações de shoppings. Todavia, é preciso ter cautela e conhecimento de mercado.

Cotas

- ▶ **ADQUIRI-LAS** é como comprar frações de um determinado shopping. Se o estabelecimento for bem, ele se valoriza, e o investidor sai ganhando. Se for mal, ele perde valor.
- ▶ **ALÉM DISSO**, todos os meses, a administradora do shopping tem de di-

- vidir os resultados com os cotistas, pagando dividendos.
- ▶ **QUASE 80%** do faturamento de um shopping são lucros, ou seja, é um bom negócio caso bem estruturado.

Para entrar no negócio

- ▶ **PRIMEIRO** deve-se fazer um cadastro em uma corretora membro da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa).
- ▶ **DEPOIS**, basta enviar os recursos para os investimentos.
- ▶ **OUTRA FORMA** é o site da Central de Custódia e de Liquidação Financeira de Títulos (Cetip), no www.cetip.com.br, no caso das cotas.

Fontes: Paulo Henrique Corrêa, Rodrigo Morosky, José Márcio Soares de Barros.



COTAS de fundos de investimento e ações de empresas de shopping são bons negócios, na opinião do economista Paulo Henrique Corrêa, da Valor Investimentos

DIVULGAÇÃO

Estado pode receber outlet

Os outlets fazem sucesso nos Estados Unidos, vem ganhando força no Brasil e podem vir para o Espírito Santo

Comprar roupas de grife em shopping, com descontos que chegam a 80%. Não se trata de uma liquidação, mas sim de uma tendência que ganhou força nos Estados Unidos, chegou ao Brasil e já dá sinais de que pode chegar também ao Espírito Santo.

São os outlets, centros de compras um pouco mais afastados dos grandes centros e que funcionam como pontas de estoque de luxo, com produtos de marcas a um preço atrativo.

O primeiro inaugurado no País foi o Outlet Premium São Paulo, em 2009, e os empreendedores, que estão expandindo a atuação no País, revelaram que o Espírito Santo não está descartado para receber um projeto da empresa.

Outro grupo nacional também já está prospectando área no Estado para instalar um outlet, de acordo com o consultor imobiliário José Luiz Kfuri.



DIVULGAÇÃO

O OUTLET PREMIUM SÃO PAULO, inaugurado em 2009, foi o primeiro do País e já está expandindo sua atuação para outros estados

“Com o mercado de shopping em plena expansão no Brasil, e aqui no Espírito Santo não é diferente, já existe estudo para a construção do primeiro outlet do Estado, e vai ficar na Grande Vitória”, afirmou Kfuri.

Ele explicou que o outlet é a denominação para o novo mercado

de vendas a varejo. Eles localizam-se nas saídas das grandes cidades ou regiões metropolitanas, daí o nome “outlet”.

“Com a falta de área dentro das cidades para novos empreendimentos, esta é uma possibilidade que se abre. Para dar certo, o outlet precisa estar fora da cidade, em regiões mais periféricas, para não competir com os lojistas dos shoppings tradicionais”, observou.

O de São Paulo, por exemplo, fica na Rodovia dos Bandeirantes, tem cerca de 90 lojas e reúne grifes conhecidas como Diesel, Armani, Lacoste, Calvin Klein, Carmen Steffens, Farm, Hugo Boss, Le Lis Blanc, Osklen, dentre outras, com estacionamento gratuito. O próximo outlet da rede Premium vai ser inaugurado em março de 2012 em Brasília, na cidade satélite de Alexânia.

O diretor de Marketing e de Varejo da General Shopping Brasil, Alexandre Dias, disse que a empresa tem planos de expandir para outros estados, mas que o seu cres-

SAIBA MAIS

Estados Unidos têm 400

➤ É A DENOMINAÇÃO para o novo mercado de vendas a varejo. As lojas são abertas tais como num open mall, e localizam-se nas saídas das grandes cidades, daí o nome outlet.

HISTÓRICO

➤ O CONCEITO surgiu nos Estados Unidos na década de 70 com o objetivo de vender estoques remanescentes de coleções anteriores.

➤ O PRIMEIRO foi inaugurado na Pensilvânia, em 1970. O modelo passou por fases de fracasso e adaptação até encontrar o formato atual.

NO MUNDO

➤ ATUALMENTE, existem cerca de 400

outlets nos Estados Unidos, totalizando mais de 20 mil lojas.

➤ O MAIOR DA EUROPA é o Freeport Outlet Alcochete, em Portugal, que possui mais de 140 lojas.

NO PAÍS

➤ EM JUNHO DE 2009, o grupo General Shopping Brasil inaugurou o Outlet Premium, em Itupeva, São Paulo. Fica no km 72 da Rodovia dos Bandeirantes.

➤ HOJE, o empreendimento tem 90 lojas de grifes internacionais e nacionais que vendem produtos com até 80% de desconto.

➤ SÃO 1.200 VAGAS de estacionamento gratuitas.

cimento se dará “de forma cautelosa”.

“Temos analisado vários mercados e prioridades. Com certeza, no

momento em que o mercado do Espírito Santo estiver maduro para esse tipo de equipamento, estaremos aí”, afirmou.



DIVULGAÇÃO

MOVIMENTO NO OUTLET SÃO PAULO: sucesso de público e de vendas

ENTREVISTA ALEXANDRE DIAS

“Importante é o mix de marcas com bons descontos”

Para dar certo, um outlet precisa estar fora dos grandes centros, mas perto o suficiente para que o consumidor se desloque até ele. É o que afirma o diretor de Marketing e de Varejo da General Shopping Brasil, Alexandre Dias.

“Outro fator importante é reunir um mix de marcas importantes e vender com descontos com volumes grandes”, ressaltou, em entrevista para **A Tribuna**.

Ele acrescentou que o segmento é forte nos Estados Unidos, mas que o Brasil ainda precisa amadurecer para esse crescimento.

A TRIBUNA – Como avalia o sistema de outlet no mundo?

ALEXANDRE DIAS – Os Estados

Unidos são pioneiros e inauguraram sua primeira unidade em 1970. Hoje são mais de 400 no país. Na Europa o modelo também já está maduro, e na Ásia está em desenvolvimento.

➤ **Essa é uma tendência?**

No mundo, sim. Este ano, nos EUA, serão inaugurados mais 40 outlets e somente um shopping tradicional. No Brasil, o mercado precisa ainda amadurecer para esse crescimento.

➤ **Como tem sido o resultado do empreendimento no País?**

O Outlet Premium São Paulo acaba de completar dois anos e é sucesso de público e vendas. São 5 milhões de visitantes por ano e as

“Hoje, há uma fila de lojistas interessados em ocupar uma das lojas do outlet. Eles já sabem o que os consumidores querem”

vendas registram crescimento de 40% no último trimestre de 2010 em relação ao mesmo período de 2009. Hoje há uma fila de lojistas interessados em ocupar uma das lojas.

É um novo modelo de vendas para os lojistas de marcas nacionais. Hoje eles já sabem o que os

consumidores querem.

➤ **O que precisa para um empreendimento desse dar certo?**

Precisa estar fora dos grandes centros, mas perto o suficiente para que o consumidor se desloque até ele. A construção deve buscar economia para a operação do lojista, o que permite um menor custo operacional.

Outro fator importante é reunir um mix de marcas importantes e vender com descontos com volumes grandes. Os descontos e grandes volumes são o que levam os consumidores até um outlet.

➤ **Vocês têm projeto de expansão para outros Estados?**

Sim. Hoje a General Shopping

tem expertise para abrir outros empreendimentos desse tipo. O segundo empreendimento do grupo foi anunciado no início de junho em Alexânia, cidade satélite de Brasília. O Outlet Premium Brasília será inaugurado em março de 2012. O grupo tem em seus planos construir outros pelo Brasil, mas o crescimento se dará de forma cautelosa.

➤ **O Espírito Santo está entre os locais prospectados?**

Temos analisado vários mercados e prioridades. Com certeza, no momento em que o mercado do Espírito Santo estiver maduro para esse tipo de equipamento, estaremos aí.

Laranjeiras atrai shopping center

Montserrat, na avenida Civit, terá lojas, cinemas e uma torre comercial com 256 salas

Um local para as compras do dia a dia, de forma rápida, prática e mais econômica. Esse é o conceito do Total Shopping MontSerrat, previsto para ser inaugurado em abril de 2013, na avenida Civit, uma das que mais se valoriza em Laranjeiras, Serra.

Esse é o primeiro empreendimento lançado pela Lorenge no segmento. Entre os diferenciais, o presidente da empresa, José Elcio Lorenzon, destacou o fato de 30% dos espaços a serem alugados já virem prontos para os lojistas ocuparem e iniciarem suas atividades.

“Com isso, ele já pode entrar e começar a vender, sem precisar fazer obra. O objetivo é também termos um custo fixo menor, que vai refletir em maior rentabilidade para o lojista e menor preço para o consumidor”, afirmou Lorenzon.

No total serão 221 lojas, 13 quiosques e duas âncoras, ambas no segmento do vestuário. O público-alvo

O TOTAL SHOPPING MONTSERRAT terá 221 lojas, 13 quiosques e duas lojas-âncoras, ambas no segmento do vestuário. As obras já começaram e a inauguração está prevista para 2013



FOTOS: DIVULGAÇÃO



VISTA INTERNA DO Montserratt, que vai ter três pavimentos de lojas

Centro da Praia foi o primeiro do Estado

Inaugurado em outubro de 1980, o Centro da Praia Shopping foi um marco na história dos shopping centers no Estado e serviu de inspiração para outros centros de compras que o sucederam, como o Boulevard da Praia, o Praia Shopping e o Tiffany Center, todos instalados na Praia do Canto, em Vitória.

O Centro da Praia Shopping abriu as portas 14 anos após a inauguração do primeiro shopping no Brasil, o Iguatemi, em São Paulo, e tornou-se em pouco tempo um ponto de encontro dos jovens daquela época.

Sua estrutura, composta por 61 lojas e 156 salas comerciais, chamava a atenção de quem circulava pela avenida Nossa Senhora da Penha.

“No começo foi uma atitude de coragem, a La Persona funcionava no centro de Vitória, que era frequentado pelas pessoas mais chiques da cidade, mas resolvemos nos arriscar na Praia do Canto”, declarou a lojista Beatriz Croce Costa, que está no Centro da Praia desde a inauguração.

Segundo Beatriz, em um primeiro momento, as portas automáticas foram “empecilho” para que as pessoas entrassem no local.

“As portas automáticas assustavam porque esse tipo de tecnolo-

gia não existia em Vitória. Nem os bancos as utilizavam ainda. Entretanto, o Centro da Praia logo se tornou um point. Era aqui que os jovens se encontravam”, comentou.

Ao longo dos anos, poucas alterações foram feitas no empreendimento. Os antigos chafarizes e bancos de madeira, que decoravam as praças, deram lugar a mesas e cadeiras que hoje acomodam os frequentadores do centro de compras.

E se engana quem pensa que o local deixou de atrair os olhares de quem quer abrir um negócio. De acordo com a administração do shopping, tanto as lojas quanto as salas comerciais são muito procuradas.

Nos próximos meses, os elevadores passarão por um processo de modernização. Também há previsão de reformar a fachada do empreendimento.

Para a proprietária da doceria Bee, que funciona no Centro da Praia há 30 anos, Enaura Caetano, o centro comercial, ainda hoje, é uma referência para os moradores da cidade.

“Aqui temos boas lojas e salas que também contribuem para o movimento. Se Deus quiser, vamos continuar aqui por muito tempo”, disse.

são as classes B e C e a área de influência abrange desde a região de Laranjeiras a Serra-Sede, além de Jacaraípe e Nova Almeida.

O shopping vai ter três pavimentos de lojas e 1.360 vagas de garagem cobertas, que serão ligadas ao mall por meio de escadas rolantes e elevadores.

Para o lazer, serão cinco salas de cinema tipo Stadium, com capacidade total para 790 pessoas, praça de alimentação com 17 operações, incluindo dois restaurantes, e um play com aproximadamente 600

metros quadrados dedicados à diversão.

O Shopping MontSerrat também vai permitir que os clientes tenham acesso a outros serviços, enquanto vão às compras. O empreendimento terá uma torre comercial com 256 salas, que já estão sendo comercializadas.

PROJETOS

A Lorenge criou a divisão de shopping center ao lançar este empreendimento, que já está com obras iniciadas, e o Shopping Li-

nhares, que integrará o complexo habitacional Prima Città, no Norte do Estado.

E a intenção da empresa é continuar no ramo. De acordo com Lorenzon, já existem dois outros shoppings em estudo para lançamento ainda neste ano.

“Ingressamos nesse novo segmento com muito entusiasmo, pois o shopping é um elemento energizador de todo o entorno onde é instalado, provocando inclusive a valorização de imóveis”, ressaltou



O DAY BY DAY tem variados espaços voltados para a alimentação

Consumidor aprova os centros temáticos

Os centros temáticos ganham força e já somam 83 no País, onde muitos deles são direcionados ao segmento de decoração. No Estado, uma iniciativa nesse sentido é o Shopping Rio Branco, em Santa Lúcia, em Vitória, com grande concentração de lojas de artigos de decoração e design e também de profissionais da área.

“A facilidade de encontrar em um só lugar lojas e escritórios especializados em arquitetura e decoração é um grande diferencial para o consumidor, que ainda dispõe de estacionamento, restaurante, café e fácil acesso, entre outros

atrativos”, afirma o síndico do Shopping Rio Branco, o arquiteto Luiz Carlos Berriel.

Também direcionado à decoração, o Vitória Decor, em Santa Lúcia, é outro empreendimento do segmento. No local, estão reunidas grifes de decoração como La Lamp, Vallvé e Altero.

Já os amantes da boa mesa encontram na Praia do Canto o Day By Day, que se diferencia por ter um mix de lojas voltado em sua maioria para a alimentação. No local, estão restaurantes, doceria, sorveteria e hortifruti, entre outros estabelecimentos.

Espaços com mix de lojas e restaurantes fazem sucesso

Os centros comerciais se espalharam pela Praia do Canto e se tornaram um atrativo na região por oferecerem, além de lojas, restaurantes e serviços.

O Pátio Praia Shopping é um dos que escolheram o bairro nobre para se instalar. No local, o consumidor encontra butikues, agência de viagem, laboratório, cafeteria e restaurante, entre outros serviços.

Comandado pelo chef Vinícius Lanna Dobal, o Vero Ristorante, especializado em massas e em risotos, funciona no Pátio Praia para almoço e para jantar. O movimento na casa é constante, de acordo com o chef.

“O restaurante é muito procurado para o almoço executivo e também para o almoço de domingo”, informou. A comodidade do estacionamento e da segurança, oferecida no local, é um diferencial do Vero, segundo ele.

O Via Cruzeiro Mall é outro empreendimento que segue a tendência de incluir restaurantes e serviços no mix de lojas. Entre os destaques do centro comercial estão os restaurantes Pinocchio (italiano) e Santinho (comida contemporânea), além da casa noturna Royal Club.