

# economia



## Observador

Affonso Ritter

aritter20@gmail.com

### Vinho em lata na Bienal

A Lovin, startup gaúcha de vinhos em lata, estará na 13ª Bienal do Mercosul, evento que acontece em Porto Alegre até 20 de novembro. Com acesso gratuito, o tema deste ano é Trauma, Sonho e Fuga. A Bienal terá a participação de aproximadamente 100 artistas, oriundos de mais de 20 países. Com a proposta de levar elegância e praticidade para as exposições, a Lovin Wine desenvolveu um brinde personalizado que será vendido nas lojas das galerias participantes da Bienal. O brinde contém um vinho em lata da Lovin em caixa personalizada.

### Wine South America

Os principais setores ligados ao universo do vinho se encontram a partir de hoje (21) e até sexta-feira (23) em Bento Gonçalves na 3ª edição da Wine South America, principal feira profissional de vinhos da América Latina. A estimativa é que mais de 5 mil compradores de todas as regiões do país irão marcar presença no evento.

### Novo perfil de imóvel

A pandemia mudou o perfil dos brasileiros na hora de comprar imóvel. Segundo pesquisa do Quinto Andar realizada com o instituto Offerwise, 73% passaram a ver seus lares de forma diferente, mais criteriosos na hora de fechar o negócio: 28,4% deles optam pelos próximos a áreas verdes e 25% com área de lazer.

### Novidades em imóveis

A Luagge Imóveis de Porto Alegre participa do Conecta Imobi, em São Paulo, nesta quarta e quinta (21 e 22), o maior encontro imobiliário da América Latina. Além do networking e busca de novos negócios, a direção estará atenta às inovações, que poderão ser aplicadas no mercado gaúcho.

### Startups com advogado

Acontece nesta quarta-feira (21), no Instituto Caldeira, de Porto Alegre, o primeiro encontro do AM Bites, uma parceria entre o Instituto e o escritório Andrade Maia Advogados. É para ajudar startups a desatar os nós jurídicos, escalar a produção e ganhos com segurança, além de potencializar os resultados, segundo o advogado tributarista Lucas Tavares.

### Árvores derrubadas na Amazônia

Mais de 400 milhões de árvores foram derrubadas na Amazônia entre 1 de janeiro e 15 de setembro deste ano, segundo o Monitor da Floresta do PlenaMata, citado pelo portal ClimaInfo. Ou seja, estão sendo derrubadas em média 1,6 milhão de árvores por dia na floresta amazônica, 1.156 a cada minuto, 19 a cada segundo. No último mês, o ritmo ficou mais frenético: mais de 100 milhões de árvores foram derrubadas em pouco mais de um mês (34 dias).

# Rede de supermercado de SC chega ao Litoral Norte

Althoff vai abrir a primeira loja em Capão da Canoa no início de 2023

/ MINUTO VAREJO

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Os supermercados catarinenses buscam cada vez mais os consumidores do Rio Grande do Sul. Mais uma rede vai desembarcar no Estado, a Althoff Supermercados, com sede em Criciúma, no Sul catarinense, escolheu Capão da Canoa, no Litoral Norte para abrir sua primeira filial. A previsão é inaugurar a loja no primeiro trimestre de 2023, informa o empresário da família proprietária, Ricardo Althoff.

Já atuam na região outra catarinense, a rede Bistek, com loja em Torres e uma filial em Porto Alegre. Outra bandeira que expande no Estado é da do atacarejo Via Atacadista, do grupo Passarela, do Oeste do estado vizinho.

Althoff explica que é a primeira unidade da rede fora de Santa Catarina. Será a 13ª da rede, que ganhou a 12ª loja em fim de agosto, situada em Sangão, perto de Criciúma. “Vamos continuar crescendo no Sul de Santa Catarina e no Norte do Rio Grande do Sul”, avisa o empresário.

O Althoff tem faturamento anua de R\$ 400 milhões e ficou na 130ª posição do ranking da Associação Brasileira de Supermercados (Abras), com dados de 2021. “A entrada no Rio Grande do Sul coincide com os 70 anos que estamos completando”, comenta o diretor.

Sobre o ingresso no mercado gaúcho, Althoff enumera alguns bons motivos e vantagens, para entender melhor a clientela:



ALTHOFF SUPERMERCADOS/DIVULGAÇÃO/JC

Unidade está sendo erguida na área central da cidade litorânea

“Tenho uma boa ligação com o Estado. Estudei Administração na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Ufrgs) por seis anos, e minha mãe é de Pelotas”, lista o empresário, que também é candidato a vice-governador de Santa Catarina na chapa do partido Novo.

“Escolhemos Capão da Canoa porque temos experiência em atuar em áreas de veraneio, como em Garopaba e Imbituba, e onde têm bastante gaúcho”, completa Althoff. “Nos adaptamos bem ao turismo de praia”, reforça.

O mercado local e na vizinhança é um atrativo pelo crescimento da população residente no pós-pandemia, com muitas pessoas que migraram para o Litoral ou estão indo com mais frequência e ao longo do ano. “Capão merecia um supermercado maior e com maior nível de serviço. Vai ser um casamento perfeito com o modelo como fazemos supermercado”, aposta

o empresário.

A obra da futura filial, com layout que segue o das novas operações da bandeira, já está em andamento na avenida Paraguassu, na área central da cidade. São 3 mil metros quadrados de área total, com dois pavimentos, um deles com estacionamento coberto. A área de vendas será de 1.260 metros quadrados.

O investimento na obra e para montar a loja será de R\$ 10 milhões. Althoff explica que o empreendimento está sendo erguido pelo dono do terreno, seguindo o formato de “Built to suit”, pelo qual o dono do imóvel constrói, de acordo com a necessidade do varejo, e depois faz contrato de uso, sendo remunerado na locação.

As 150 vagas de emprego previstas na alta temporada já começaram a ser preenchidas, indicando que a intenção é aproveitar parte do veraneio. Interessados podem enviar currículo para rh@althoff.com.br.

### E-commerce vende 15% a mais na Semana do Cliente

Dizem que cliente deve estar no foco do varejo. Mas o Dia do Cliente, celebrado em 15 de setembro e que mobilizou ações em diversas frentes ao longo da semana passada, gerou maior fluxo de vendas nos canais digitais.

O e-commerce de marcas do Rio Grande do Sul faturou 15% a mais no período, segundo a Nuvemshop.

A plataforma de e-commerce apontou que o faturamen-

to somou R\$ 2,1 milhões ante R\$ 1,9 milhão de 2021, no mesmo período.

O tíquete médio foi de R\$ 259,00, e os segmentos que mais venderam foram os de moda, saúde e beleza e casa e jardim. Cartão de crédito foi a opção mais utilizada, em 56% das vendas, e Pix, em 23% do fluxo.

A Nuvemshop monitora 100 mil lojistas. No País, pequenas e médias empresas faturaram 25%

a mais entre 11 e 17 de setembro. “Foram R\$ 59 milhões de receita, ante R\$ 47 milhões em 2021”, informa a plataforma.

No dia 15, o fluxo de e-commerce avançou 34% frente à mesma data do ano passado. Já o número de pedidos recebidos cresceu 25%. Os itens de moda foram os que mais geraram vendas, um total de R\$ 21 milhões, seguidos pelos acessórios e artigos de saúde e beleza.