



Minuto Varejo

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

MINUTO VAREJO

Empreendimentos ganham novo fôlego pós-pandemia

Dados da prefeitura de Porto Alegre mostram a aceleração de licenças para construção

Supermercado, mercadinho de bairro, loja, farmácia, pequenos malls (centros comerciais) em áreas abertas. No pós-pandemia, o ponto físico não desapareceu e tudo indica que ganhou força. Índice de Preferência do Consumidor (IPCon) de 2022, divulgado pelo grupo global de inteligência de dados Dunhumby, apontou que o número de lojas visitadas no varejo do Brasil cresceu 51% frente a 2021, de 6,3 para 9,5 vezes em supermercados, que é um dos segmentos mapeados. Esta é uma das razões que podem explicar a disseminação de empreendimentos novos em áreas com potencial de consumo, novos públicos, mais experiência e conveniência.

Do construtor e investidor, dono de portfólio imobiliário aos empreendedores e empresas que

desenvolvem os projetos, todos confirmam o aquecimento na execução voltada a estes negócios, muito conectados ao perfil residencial. O Escritório de Licenciamentos da prefeitura de Porto Alegre mostra a mudança de patamar desde 2021, em autorizações para construções comerciais. De 121 projetos com 66 expedientes de habite-se para obras em 2020, somando 583,4 mil metros quadrados, o número foi de 246 projetos no ano passado, estimados em R\$ 1,2 bilhão, com 94 habite-se, somando 17,5 milhões de metros quadrados, com impacto de grandes projetos. Em 2022, até agosto, foram computados 165 projetos, avaliados em R\$ 914,4 milhões, sendo 100 expedientes para construção, com área total de 1,95 milhão de metros quadrados. A aceleração também está ligada ao aprofundamento da digitalização e flexibilização para licenciar projetos de baixo e médio impacto.

Um dos operadores des-



Caetano aponta que áreas potenciais surgem tanto em zonas emergentes como em transformação na Capital

te mercado, que atua com ativos imobiliários e amplia a presença na incorporação, a Dallasanta confirma a safra. Quando surge a marca em um tapume, o sinal é claro: nova construção vai emergir. Assim como atrai interesse ao adesivar uma área ou prédio que ergueu em ponto com potencial. Foi assim com a confirmação da nova Cobasi, uma das líderes do mercado pet do Brasil, em terreno da Dallasanta na Zona Sul. O empreendimento segue o modelo em que o dono (Dallasanta) constrói para uso do locatário (pet), que empresta o nome do inglês, o "built to suit". O formato está na base da multipli-

cação de farmácias da noite para o dia, além de supermercados, de grandes a médios grupos.

A empresa, dona de 500 imóveis com diferentes portes, entre construções e terrenos e prédios à espera de ocupantes, também faz permuta, para futura execução imobiliária. É o caso da área emergente em Canoas, ao lado do ParkShopping, numa área que ganhou o provocativo apelido de Nova Canoas. Em três áreas em uma mesma sequência, três catarinenses Cassol Centerlar, Fort Atacadista e Havan vão se instalar. Na área, a Dallasanta está com a Melnick em um megaloteamento

de alto padrão em 26 hectares. "Em Porto Alegre, estamos sempre de olho. Hoje áreas ultrapassadas se transformam, como o 4º Distrito, e outras emergem, como na Nilo Peçanha", observa o CEO da proprietária de ativos, Cristiano Caetano. A Dallasanta também entra cada vez mais no desenvolvimento de projetos. Está com a Melnick, no Nilo Square, e com a Cyrela, no Nova Olaria Mall, seu ativo e que terá três torres. Fora da Capital, o grupo tem projetos previstos em Gravataí e Capão da Canoa, que combinam residencial e conveniência de varejo, e podem gerar R\$ 300 milhões em vendas.

Setor de materiais normaliza oferta e busca vendas

O balcão da frente de quem vende o que vai recheiar os empreendimentos, de residenciais a corporativos, vive uma combinação de realidades rumo ao desfecho de 2022. Negócios que atuam com faixas de renda mais baixa são mais afetados pela conjuntura adversa de alta da inflação e mercado de trabalho tentando se recompor. Setores com perfis que conseguem entregar mais valor, da experiência a padrão de produto, conseguem ter resultados melhores. A concorrência também gera mais opções para empresas que buscam os insumos para seus empreendimentos.

A Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), do IBGE, completou 12 meses, em julho, com queda de

vendas de materiais no Estado. O recuo foi de 18,4% em julho. No Brasil, a cena não muda. Até julho de 2021, o setor viveu no positivo, com a demanda da pandemia. "Temos boas expectativas para o fechamento do ano. Agosto foi o melhor mês do ano", analisa o presidente da Associação dos Comerciantes de Materiais de Construção (Acomac), Genesvile Zanotelli. O termômetro da Acomac aponta alta de 10,8% nas vendas em agosto frente a julho. São 2 mil varejos de materiais na Região Metropolitana e 18,3 mil no Estado, que soma ainda 107 mil empregos.

A alta recorde nos preços, que chegou a 180% no cimento, deu trêgua. Suprimento de diversos itens, prejudicado na pandemia,

normalizou, garante Zanotelli. A demanda até dezembro terá retorno das reformas e novos projetos de empresas, diz. "O consumidor de baixa renda foi mais afetado. Operações em outras faixas e segmentos conseguem crescer", afirma o presidente da CDL Porto Alegre, Irio Piva, que dirige a Elevato, que abriu lojas, uma em Santa Catarina e terá uma unidade conceito em Porto Alegre, além de apostar em tecnologia, uso de ferramentas para mais proximidade com clientes. "Vamos crescer 25% em 2022 e fomos bem em 2021, com alta de 40%", compara Piva, citando o ano passado foi "muito fora da realidade". Agora a concorrência também é maior, com redes nacionais e regionais ampliando



Zanotelli vê retomada até dezembro, com reformas e compra de empresas

(mais na página 14). A francesa Leroy Merlin chegou a três megalojas em maio, com a megaloja do Pontal Shopping. A rede vai expandir

com grandes formatos e pontos de bairro. A rede espera alta de 25% este ano na venda no Pontal e 45% em 2023, evolução de loja nova.