

# economia

Veja a lista completa dos investimentos anunciados ou realizados no Rio Grande do Sul neste ano acessando o **Anuário de Investimentos do RS 2022** no site do Jornal do Comércio, através do QR Code ao lado.



## Melnick projeta chegar a R\$ 1,6 bilhão em vendas

Construtora e incorporadora mantém plano de expansão na Região Sul

### / INVESTIMENTOS

Eduardo Torres, especial para o JC  
economia@jornaldocomercio.com.br

A construtora e incorporadora Melnick segue com um consolidado plano de expansão no sul do País em 2022. Ao todo, entre sete projetos, a empresa projeta valor geral de vendas (VGV) de R\$ 1,6 bilhão. As informações constam no Anuário de Investimentos 2022 do Jornal do Comércio.

Até o momento foram lançados três dos quatro produtos que compõem o Complexo Nilo Square, em Porto Alegre: o Nilo Residence, Nilo Square Comercial e Nilo Multistay - este sendo o primeiro multistay do sul do Brasil em parceria com o Grupo Hoteleiro Emiliano - e, nos próximos meses, será lançado ainda o primeiro hotel de luxo, também em parceria com o Grupo Emiliano.

Foram apresentados no ano também dois condomínios-clubes: o Seen, no bairro Menino Deus, e o Grand Park Moinhos, em Canoas. No segmento econômico, a empresa lançou o Open Protásio, e no

### Ficha Técnica

**Investimento:** não revelado

**Empresa:** Melnick Even

**Cidades:** Porto Alegre, Canoas e Xangri-Lá

**Área:** Empreendimentos imobiliários

**Estágio:** Em andamento até 2026



Projeto do Nilo Square da Melnick foi um dos lançamentos deste ano

segmento de luxo, o Cidade Nilo, complexo composto por Shops, Market. Já no segmento de urbanização, em sociedade com a Arcádia, lançou o Zen Concept Resort no Litoral e o The Garden em Canoas. Além disso, a Melnick consolidou nesse ano o plano de expansão através de parcerias para todo o sul do Brasil.

Somente entre os lançados Cidade Nilo e Nilo Square, a empresa projeta R\$ 1,02 bilhão em VGV. A região é prioritária entre os projetos da construtora neste ano. O complexo Nilo Square, um mixed use formado por duas torres residenciais de alto padrão e infraestrutura de resort urbano com aqua play, piscinas externas e coberta, playground, espaço kids, petplace, quadra de tênis, beach tênis e poliesportiva, salão de festas, family space, espaço teen, SPA externo, espaço fitness, sala de massagem e beauty care. E uma torre com arquitetura moderna e arrojada que

abriga um produto multistay. Será nesta área da cidade também o Hotel Verso, segundo projeto em parceria com o Grupo Emiliano na região da avenida Nilo Peçanha. Já o Arte Cidade Nilo é um empreendimento em parceria com o Grupo Zaffari, no terreno de mais de 10 mil metros quadrados, na esquina da avenida Nilópolis com a rua Carazinho, e que terá um moderno supermercado Zaffari e torres de alto padrão com residências. A entrega é prevista para 2026.

Ainda na Capital, a Melnick lançou o Seen, no bairro Menino Deus, com VGV previsto de R\$ 196 milhões, e o Open Protásio, com R\$ 42 milhões, além de investimentos em áreas de expansão em Canoas. com o Grand Park Moinhos, VGV de R\$ 160 milhões, e o The Garden, com VGV de R\$ 86 milhões. Já no Litoral Norte, o Zen Concept Resort, em Xangri-Lá, é um empreendimento com 299 lotes a beira lago. e VGV estimado de R\$ 110 milhões.

## Modelo da Unimed une cooperação e inovação

### / SAÚDE

Cláudio Isaias

isaiasc@jcrs.com.br

Com um giro anual superior a R\$ 8 bilhões, representando cerca de 10% do faturamento da Unimed nacional, o Sistema Cooperativo Empresarial Unimed do Rio Grande do Sul tem seu modelo de negócios baseado na cooperação, no compromisso com a inovação e na alta performance. A avaliação foi feita pelo presidente da Unimed Federação/RS, Nilson Luiz May, que participou ontem do evento do Tã na Mesa da Federasul.

May, que realizou a palestra

“Investimentos em negócios e parcerias no setor da saúde”, afirmou que o Sistema Unimed/RS apresenta formato único no País, ao ressaltar que a instituição conta com mais de 15,7 mil médicos cooperados, que atendem 1,9 milhão de beneficiários, gerando 13 mil empregos diretos.

A partir das 27 Unimeds e das demais organizações, que incluem a Unimed Operadora/RS, a Uniair - transporte aeromédico, a Central de Serviços-RS, a Unicoopmed, o Instituto Unimed/RS, a Casa da Memória Unimed Federação/RS e a holding RS Empreendimentos, o sistema Unimed/RS cobre os 497 municípios do Rio Grande do Sul.

De acordo com May, o setor de saúde complementar, com novos movimentos de operadoras, exige que a instituição esteja sempre um passo à frente. “Nesse contexto, a constituição da RS empreendimentos permite otimizar recursos, gerando a possibilidade de ganhos de escala que serão revertidos ao fortalecimento do próprio negócio”, ressaltou. Ele também antecipou ações já em execução, como a venda de planos odontológicos; seguros saúde e patrimonial; e uma startup de automação. E revelou que está em estudo a criação da Sênior Living, proposta com foco na qualidade de vida para pessoas acima dos 60 anos.



## Visão de mercado

João Satt

Estrategista, publicitário e CEO do G5  
joaosatt@gcinco.cc

## Toda travessia tem um caminho

Medo, euforia, frustração e esperança são apenas alguns dos sentimentos que o final do ano desperta em todos nós. O desconhecido assusta, por outro lado, o “pensamento mágico” é insuficiente para manter a sobrevivência de qualquer relação. Tudo está conectado, e tudo tem um porquê. Sentimos a necessidade de estarmos mais fortes.

Não é à toa que se fala tanto em ambidestria, um termo utilizado para designar empresas que buscam o equilíbrio entre o presente e o futuro. Lembra muito os grandes tenistas, que procuram desenvolver uma esquerda forte e precisa sem deixar de perseguir um saque cada vez mais poderoso com a direita. Na última linha, ambidestria trata sobre a necessidade de usar dois motores: 1. sobreviver com qualidade no presente; 2. se manter sustentável para ter um futuro brilhante.

“O que faz a sopa melhorar é o entusiasmo.” Essa frase sintetiza uma fábula em que um forasteiro pede a um fazendeiro que o ajude a fazer uma sopa de pedras. Ele aproveita a curiosidade e a generosidade do fazendeiro para, ao final, saborear uma deliciosa sopa de legumes. Importante ressaltar a solidão do fazendeiro, não tinha com quem trocar. Quando você se fecha, corta a oxigenação e sobrevém o pessimismo. Precisamos de novas ideias, que inspirem e nos façam sonhar de olhos abertos. Para quem ainda não assistiu, recomendo “Som na Faixa”, disponível na Netflix, sobre a história do Spotify. Tudo dava errado, até o momento que se identifica o “turning point”: Spotify Premium. Levar música gratuita à população é um lindo propósito, mas a conta não fecha. O “negócio inteligente” conjuga colaboração remunerada, ou seja, propósito com resultado.

Nunca vivemos com tanto lixo cultural. As fake news não servem para nada, mas assustam um bocado. Estudos revelam que estamos menos suscetíveis a mensagens que não tragam algum significado maior para nossas vidas. A comunicação das marcas vive um momento de enorme apatia. Em um país onde existem mais celulares que habitantes, é natural que o grosso dos investimentos de marketing sigam indo para a internet. A má notícia é que o nível de engajamento da maioria das marcas nas redes sociais, salvo raras exceções, é cada vez menor.

A pergunta que precisa ser respondida, ainda em novembro, é uma só: qual caminho (estratégia) você vai adotar para ser a marca destino das pessoas? E o principal: dentro do orçamento esperado?

Os velejadores que atravessam oceanos têm as mesmas características dos CEOs: curiosidade, destemor, e uma boa dose de cautela. Isso anima a tripulação (executivos), ao mesmo tempo que acalma os passageiros (acionistas). Sentem antes o cheiro da tempestade, seus olhos buscam desvendar o que ainda está por trás das cortinas de névoa. O que prevalece é o guerreiro, crescer no caos é uma opção dos fortes. O desafio é fazer mais gastando menos, tendo a organização comprometida e pronta para superar as metas. Não economize: traga as cabeças mais brilhantes para dentro do seu barco. Navegue com os melhores, a assertividade sempre custa barato. Aposte no novo, na consistência, sem renunciar à flexibilidade. Bons ventos ajudam os barqueiros que estão com as velas na direção certa.

A pergunta que precisa ser respondida, ainda em novembro, é uma só: qual o caminho (estratégia) você vai adotar para ser a marca destino das pessoas?