



Patrícia Comunello | patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Conveniência na hora de pensar o design e o endereço

Localização e perfil de negócios devem dar conta da jornada de clientes

O que determina a instalação de novos varejos? Além de acertar a localização e ter as condições conjunturais — leia-se, recursos, custo mais baixo de capital e maior disponibilidade de renda e emprego para mover o consumo —, empresas e profissionais que estão na ponta de estudos e desenvolvimento de projetos e futuros empreendimentos comerciais indicam que conveniência, estar no caminho e na jornada dos clientes e ainda interagir com outras operações de vizinhança, como residencial, pesam cada vez mais nas decisões.

Gabriel Bachilli, um dos sócios do escritório de arquitetura e design Evo2B, destaca que o segmento de alimentação está sempre em alta e em busca de áreas externas, como open malls. "Mas mais importante que isso é o olhar estratégico da criação de empreendimentos acolhedores, convidativos, diferenciados. O investimento em experiência é visto como essencial para o sucesso do projeto. Vai muito além do olhar de construir para alugar", lista Bachilli. Foco em custo-benefício está atrelado também à alta nos custos da construção que disparou nos últimos três anos. "A decisão tem de combinar melhor resultado e mais eficiência", traduz o sócio da Evo2B.

Marcelo Gruner, sócio-diretor da construtora Pertho, diz que a demanda por projetos cresceu nos últimos meses no varejo. "Redes contratam consultoria para estruturar o negócio e conseguir funding, usando o mode-



Pátio Guadix, que está sendo concluído na Capital, vai oferecer mix que resolve a vida das pessoas, uma tendência que atrai os consumidores atualmente

lo 'built to suit', explica o sócio-diretor da Pertho. Um dos desafios é buscar pontos que deem mais segurança e conveniência aos empreendimentos. "A ideia é conceber projetos multiuso, como as fachadas ativas", diz Gruner, sobre parte de área residencial para lojas.

João Lopes de Almeida, diretor da PLDA, empresa que rastreia e assessora contratação de pontos comerciais para diversas marcas e segmentos, acredita que o ambiente está favorável para mais operações e cita que, na largada do ano, crises de

grandes redes varejistas, como Americanas e Tok Stok, geraram incertezas. "Mas os empreendedores já se organizaram e quem mais sustentou o varejo até agora em 2023 não foram as megalojas, mas as unidades satélites", observa Almeida. Satélites são unidades de menor porte e muitas com característica regional. O executivo cita que, mesmo com instabilidades internas e externas (de pandemia a guerras), o varejo no Brasil cresce 6% até setembro em mesmas lojas. "Tiraram leite de pedra", valoriza Almeida, sobre as empresas, ressaltan-

do que há segmentos com dificuldades, como vestuário e eletrodomésticos. Outro detalhe: as pessoas buscam mais promoções e estão gastando mais com lazer.

Olhar estes indicadores e desempenhos setoriais é decisivo para lojistas entenderem as dinâmicas de comportamento para modelar novos negócios, atenta o diretor da PLDA. "As lojas físicas precisam estar no ponto certo, de acordo com a jornada do consumidor. É preciso colocar o cliente no centro", alerta o executivo. "Uma loja precisa oferecer economia

de tempo, integração com digital e conveniência", resume Almeida. "Por que tem tanta farmácia? O crescimento não é de farmácia, mas pela conveniência, e o setor de farma se ligou nisso", associa o diretor da PLDA. "O que faz a expansão é a conveniência. É o 'one stop shop' (uma parada de compra). O consumidor resolve a vida dele no mesmo local antes de voltar para casa", resume Almeida citando projetos como o Germânia Mall, na zona Norte, e Pátio Guadix, no Sul da Capital, que foram concebidos para entregar conveniência.

Comércio lidera licenças de novos empreendimentos em Porto Alegre



Imóveis são construídos em áreas com grande fluxo, como na Wenceslau

Projetos de novos empreendimentos comerciais em diversas frentes lideram os licenciamentos em Porto Alegre. De janeiro a agosto de 2023, a Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Sustentabilidade (Smamus) registrou 264 projetos ligados a comércio e serviços. São mais de 400 mil metros quadrados para serem implantados ou estão em imóveis prontos com reforma e ampliação. Somente projetos atacadistas e varejistas são 69, com mais de 40 mil metros quadrados. Medidas adotadas desde o começo do ano, com sim-

plificação de exigências em projetos de baixo e médio impacto, agilizaram a tramitação e liberação pelas áreas técnicas da pasta. Por isso, observa-se que pontos com farmácias, por exemplo, despontam rapidamente. Também estão ligadas à conveniência que ganha força nos varejos.

No total, são 345 empreendimentos não residenciais, somando 472.251,55 m² e previsão de R\$ 3,1 bilhões em aportes. Segundo a Smamus, 227 representam novas construções, enquanto 118 correspondem a reformas, aumento e diminuição de

áreas. Um aspecto mapeado é da localização dos empreendimentos por bairros. O Partenon lidera, com 35 deferimentos, seguido por Sarandi (24), Floresta (11), Passo D'Areia (11), Menino Deus (10), Moinhos de Vento (10) e Navegantes (10). No ranking por área construída, o Partenon também lidera as aprovações, com 117.728,73 m², seguido de Floresta (56.477,95 m²), Independência (52.585,86 m²), Anchieta (45.119,29 m²), Boa Vista (34.787,70 m²), Sarandi (19.486,53 m²) e Passo das Pedras (17.247,80 m²).