



Kzenon_CANVA

UNIÃO ENTRE CENTROS COMERCIAIS E EMPREENDIMENTOS RESIDENCIAIS



VIVER, COMER, COMPRAR: O NOVO MANTRA DOS SHOPPINGS

Imagine a cena. Sua família decide ir ao cinema e depois jantar. Em vez de entrar no carro, dirigir até lá, procurar vaga e correr para a sessão, você simplesmente pega o elevador, sai dentro do shopping, dá alguns passos e chega ao destino. Muito conveniente, não acha?

Luiz Alberto Marinho (*)

Isso será realidade, no ano que vem, para os 114 felizes proprietários de um apartamento no The Spot One, luxuoso prédio que será conectado ao Balneário Shopping, com entrada exclusiva para o mall. A ideia da Almeida Junior é construir empreendimentos semelhantes, em breve, nos outros seis shoppings que possui em Santa Catarina.

Algo parecido já acontece em lugares como o Shopping Cidade Jardim, da JHSF, e o Parque Shopping Maia, da General Shopping, que também estão conectados a edifícios residenciais. Apesar de não ser novidade, a união entre centros comerciais e empreendimentos residenciais tem ganhado impulso no Brasil, em especial após a pandemia.

Entre os motivos para esse novo ciclo estão fenômenos como o home office, a busca por conveniência, a valorização da proximidade e a necessidade crescente dos shoppings de gerar fluxo recorrente. Para se ter ideia da força desse movimento basta dizer que 28% dos shoppings em operação no país integram um complexo multiuso, segundo dados da Abrasce, a Associação Brasileira de Shopping Centers.

Para quem não conhece o termo, multiuso é o jargão para descrever empreendimentos complementares e próximos, em geral, comércio, escritórios, moradias, escolas, hotéis e centros médicos, entre outros. Pois bem, em 2016 apenas 16% dessas áreas em shoppings contavam com condomínios residenciais - a imensa maioria era ancorada por prédios comerciais.

Porém, no final do ano passado, residências já faziam parte de 25% dos complexos de uso misto. Quando 2022 terminar, os números prometem ser ainda mais expressivos. Sabe por que? Importantes players estão apostando alto na dobradinha entre condomínios e shopping centers. A Multiplan é uma delas. A mais recente ousadia da companhia do trevo verde atende pelo nome de Golden Lake.



Peix Smagin_CANVA

Mais do que um condomínio, a Multiplan pretende oferecer um novo bairro para a população de Porto Alegre, convenientemente localizado ao lado do BarraShopping Sul. Quando concluído, o que deve acontecer até o final de 2024, haverá sete condomínios, com 18 torres e cerca de 1.200 famílias morando ao lado de um baita centro de compras.

Outro grupo que tem investido forte na construção de residências em seus shoppings é o Iguatemi. Recentemente ele fechou uma importante parceria com a Luggo, empresa especializada em edifícios residenciais com serviços (coworking, lavanderia, mercado, bicicletas compartilhadas etc.). A Luggo construirá um prédio de 18 andares e 226 apartamentos no estacionamento do Galleria, em Campinas, que em troca fica com 16,6% do novo empreendimento.

De quebra, o Galleria ainda ganha um fluxo adicional desses moradores, que frequentarão o mall por conveniência. O apetite do Iguatemi não acaba em Campinas. Já estão em construção prédios residenciais nos shoppings

de São José do Rio Preto e Sorocaba e há planos também para os centros comerciais da capital paulista.

Quer mais? A brMalls anunciou, há cerca de dois meses, um projeto ambicioso com a construtora Vitacon, também conhecida por desenvolver prédios com apartamentos pequenos e muita oferta de serviço. O acordo prevê a construção de 20 torres residenciais e centros médicos nos terrenos de sete centros da brMalls. As primeiras unidades devem ficar prontas em 2026.

Curiosamente, a movimentação dos shoppings para agregar residências e adensar o seu entorno tem estimulado também iniciativas na direção oposta. Vários empreendimentos imobiliários estão integrando polos comerciais dentro de seus projetos, para melhorar a experiência dos moradores — e agregar novas receitas. A Helbor é uma das construtoras que têm percorrido esse caminho, juntamente com a HBR, incentivada pelo plano diretor aprovado na cidade de São Paulo, em 2016.

Quem comprou um apartamento no Helbor Wide, na movimentada avenida Rebouças, ganhou junto o conveniente acesso a quatro salas de cinema Cinemark, um Outback, academia de ginástica, bons restaurantes e várias operações de serviços. Tudo isso a um elevador de distância. A ideia trouxe resultados palpáveis, entre eles o aumento significativo no valor pago pelos proprietários das unidades no Wide.

Neste momento, a Gouvêa Malls está envolvida no planejamento de alguns centros comerciais em condomínios, como o Eplenum, em São José do Rio Preto, e o Viva Park, em Porto Belo. Ambos propõem a união entre moradia, serviços e consumo, com amplo espaço para gastronomia, bem-estar e varejo de experiências. Como dá para notar, a ideia do centro de compras tradicional ficou ultrapassada.

O que prevalece agora é o conceito do live, work, play (viver, trabalhar, se divertir). Se quisermos aplicar a essa frase uma visão ampliada e adaptada ao mercado brasileiro, podemos adotar o mantra “viver, comer, comprar”. Em resumo, é preciso investir na diversificação da função dos centros comerciais, de modo a facilitar e tornar a vida dos clientes mais agradável.

Para viabilizar a evolução do seu modelo de negócio nestes tempos digitais, os shoppings precisarão propor novos motivos para as pessoas frequentarem seus espaços. Hoje, 72% dos nossos centros comerciais ainda não fazem parte de um complexo de uso misto. A conclusão é óbvia: a união dos shoppings com condomínios, centros médicos, instituições de ensino e outros empreendimentos do gênero está só começando.

O desafio será o de criar lugares onde as pessoas queiram estar e se encontrar, vivendo experiências relevantes e diferenciadas. E, ao mesmo tempo, monetizar o fluxo recorrente que residências, bares, restaurantes, áreas médicas e serviços em geral podem gerar. Esse é o caminho. Quem viver, verá.

(*) - É sócio-diretor da Gouvêa Malls (<https://gouveaeosystem.com/>).



Gebres_CANVA