Biblioteca Centro de Memoria - UNICAMP

CMUHE023413

F. 1

MEDEIROS, Delma. 'Power Center' dá nova dimensão à indústria do setor no País. Correio Popular, Campinas, 11 nov., 2001.

O engenheiro João Miranda, diretor de Desenvolvimento da Sonae Imobiliária, explica que o Parque D. Pedro Shopping entra agora em sua fase final, com a entrega das chaves aos lojistas para o início das obras individuais, e a conclusão do complexo viário que fará a interligação de bairros campineiros e cidades da região com o empreendimento. Miranda acrescenta que o Parque D. Pedro vem modificar o conceito de shopping center para Power Center, onde a pessoa encontra todos os tipos de operações.

Correio Popular – O que representa o Parque D. Pedro em termos de obra civil?

João Miranda – Esta é talvez a maior obra no momento em Campinas, com 188 mil metros quadrados de área construída, um investimento de R$ 200 milhões, e já gerados 2 mil empregos. A inauguração está prevista para 19 de março de 2002, com término da obra para dezembro de 2001. Já entregamos as chaves aos lojistas que estão com os projetos aprovados.

Do espaço para locação, a Área Bruta Locável (ABL), quanto ainda falta para ser comercializado?

Temos cerca de 240 espaços locados, o que representa em torno de 80% de ABL. No total são 105 mil metros quadrados de ABL no Parque D. Pedro.

Falta pouco para fechar as vendas?

Bem pouco. Em termos de ancoragem (lojas âncoras, compostas por grandes magazines) estamos com todas em obras.

O que representa um empreendimento desse porte para o mercado da região de Campinas?

Não só para o mercado regional, mas para o mercado brasileiro, este centro de compras vai modificar, dar nova dimensão à indústria do shopping center no Brasil. Estamos fazendo aqui um Power Center, um local onde você tem de tudo, de agência de automóvel a hospital, local para emissão de passaportes, vestuário, e outros. Num Power Center você encontra todas as operações no próprio shopping center. A pessoa vem ao shopping e acaba ficando, porque encontra aqui todos os serviços. Esse é um novo conceito de shopping center, que preferimos chamar de centro de compras, lazer, cultura e entretenimento.

Além de centro de compras e lazer, quais as outras inovações trazidas pelo Parque D. Pedro?

Geralmente os shoppings têm muitas lojas satélites e poucas âncoras. O nosso ao contrário. Temos muita ancoragem (lojas grandes, chamadas âncoras), muito entretenimento e lazer, que representam 75% de nossa área. E apenas 25% da ABL foram reservados para lojas satélites. Isso é completamente diferente do que há por aí. O pessoal se assusta com a dimensão do Parque D. Pedro, mas considerando que 75% da área é destinada às lojas âncoras e setor de entretenimento, em termo de compras, é um shopping de dimensões normais. É um espaço mesmo de lazer e entretenimento. As pesquisas apontaram que teremos em torno de 70 mil pessoas por dia circulando durante a semana, e 150 mil nos finais de semana, e é preciso criar opções para esse público.

Como vai funcionar a setorização da área de compras?

Serão praticamente seis shoppings dentro de um só, com setor de vestuário high fashion, vestuário fashion, variedades, alimentação, casa, de esportes, setor de serviços, lazer e entretenimento. Temos vários setores dentro do mesmo empreendimento. Então, quem quer comprar uma roupa de grife vai ao setor específico, e lá encontra várias lojas que vendem produtos com o mesmo padrão de qualidade. Assim, o consumidor compara o preço e verifica a qualidade. Enfim, fazendo a compra comparada.

E vai ser fácil para as pessoas se localizarem?

Muito fácil. Primeiro porque os setores são bem distintos. E também porque estamos investindo muito (R$ 3,5 milhões) em comunicação visual. Se a pessoa quiser fazer uma compra rápida e ir embora, basta ir no local determinado que encontrará várias lojas que vendem produtos específicos. Chega no estacionamento da entrada, baseando-se na comunicação visual e identifica o local de destino.

As entradas são diferenciadas?

São cinco entradas sobre o tema 'parque'. Entrada das flores, das águas, das árvores, das pedras e das colinas. Somente por essas entradas as pessoas terão acesso ao shopping. Fica fácil de localizar-se.

Esta é uma obra gigantesca. Como é coordenar isso tudo?

Este empreendimento é o maior centro de compras da América Latina. Para se ter uma idéia, o segundo empreendimento do Brasil nesse porte tem 85 mil m² de ABL. Nós temos 105 mil m² na primeira fase, e vamos para 130 mil m² na segunda fase. Então, gerir um empreendimento desse porte é bastante complexo, mas uma tarefa rotineira para quem tem experiência no segmento. A construção é bastante simples, com muita tecnologia de ponta. Não apresenta dificuldades. O grande obstáculo que estamos encontrando é a deslealdade da concorrência, mas já estamos contornando a situação.

Como está sendo então a entrada em Campinas, as relações com a concorrência?

Estamos sendo bastante prejudicados. Mas, estamos dando a volta por cima e trazendo uma série de operações internacionais, que não existem no País, para o setor de vestuário e alimentação. O que acontece é que estão penalizando o lojista que está entrando no Parque D. Pedro quando anunciamos os que entraram no empreendimento. Isso é muito deselegante. Hoje o coronelismo e radicalismo acabaram. Não existe mais isso. Hoje o que existe é a concorrência com competência, pois há espaço para todos. Estamos inclusive deixando para anunciar novos lojistas somente em dezembro, para que o mesmo não seja penalizado.

Além do shopping em si, a Sonae está construindo também um complexo viário. A obra está sendo feita em parceria com os governos estadual e municipal?

Não é bem uma parceria. Para se tornar um shopping regional e aproveitar os 2 milhões de habitantes que estão a 30 minutos de Campinas, mais um milhão de moradores da cidade, precisam localizar-nos em ponto estratégico, de fácil acesso. Então fizemos um projeto de sistema viário bastante completo, que inclui viaduto e avenidas periféricas ao shopping, que ligam bairros como Taquaral e Santa Genebra, além do acesso a rodovia D Pedro, ligando todo o interior. O complexo todo teve um investimento de R$ 20 milhões, e foi entregue às autoridades estaduais e municipais no último dia 9 de novembro.

O empreendimento tem outros projetos de integração com a comunidade?

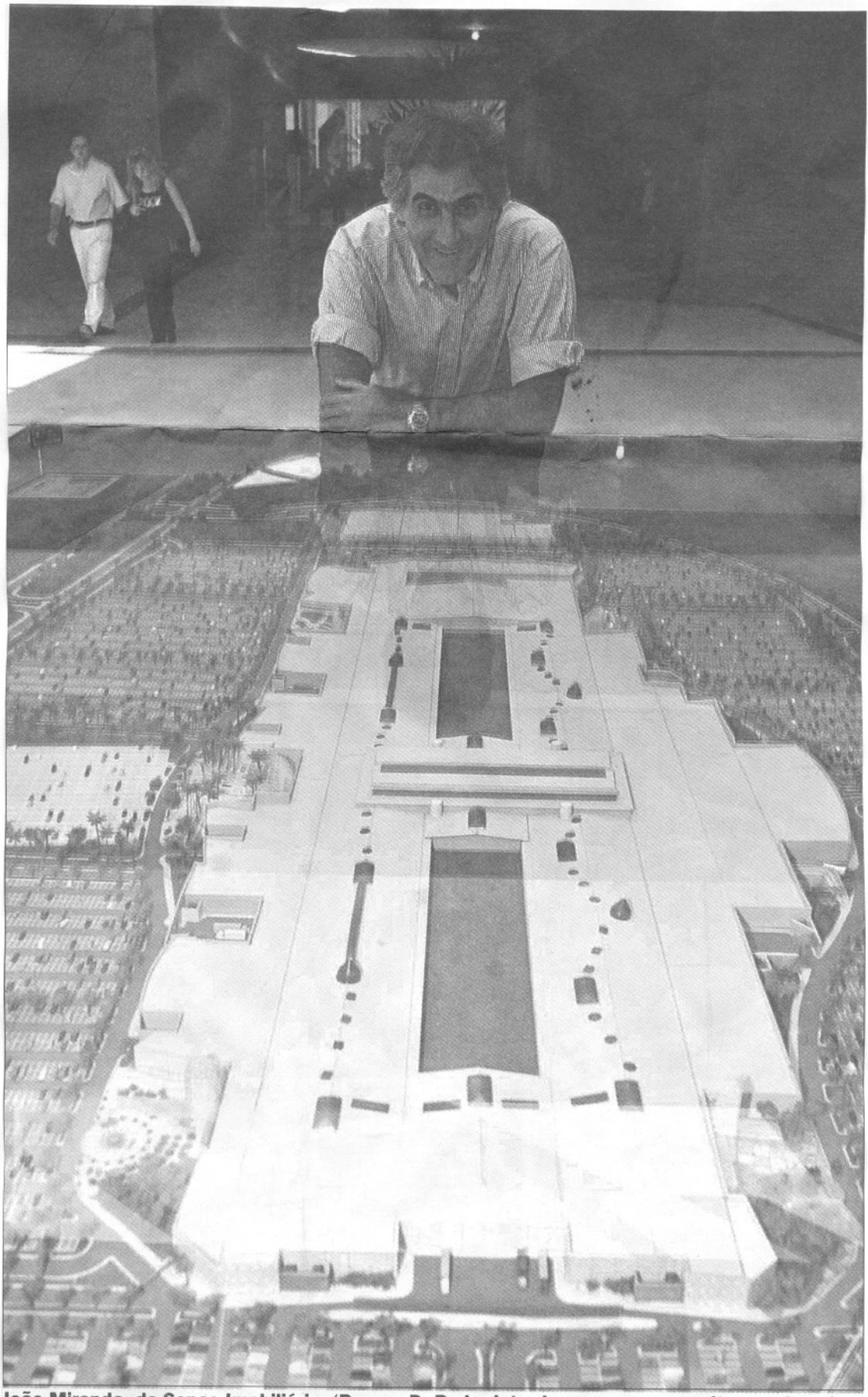
Tem também um Parque Linear projetado pela prefeitura que se localiza no entorno do shopping. Vamos recuperar, numa área de 1,5 quilômetro, toda a mata ciliar, fazer pista de cooper, área para ciclismo e doar para a Prefeitura de Campinas. A idéia é recuperar e dar manutenção à essa área, integrando o shopping com a natureza.

E qual a expectativa de faturamento do shopping?

Seiscentos milhões de reais no primeiro ano, aumentando gradualmente até chegar a cerca de R$ 1 bilhão nos próximos anos.

O shopping tem também uma Praça de Alimentação diferenciada. Como vai ser, quantos restaurantes vai comportar?

O Parque D. Pedro terá duas praças de alimentação. Uma com 37 operações, onde estão concentradas as lojas de fast food. E tem também o Gourmet, localizado na entrada das Águas, um local que a gente selecionou bastante para locar, visando animar a vida noturna de Campinas. Concentramos ali seis operações com atividades distintas, como o Joe & Loue, uma hamburgueria do Rio de Janeiro; o Café Ambrosiano, de Milão; a Tony Romas's, rede norte-americana; o Giovanetti, aqui de Campinas; a Barbacoa, de São Paulo, e o Bacalhau Gomes de Sá, de Portugal. É importante frisar que mesmo depois que fechar o shopping, estas operações funcionam até o último cliente. Temos certeza que este será o novo point de Campinas, pois além da pluralidade de operações, contaremos com total segurança.



João Miranda, da Sonae Imobiliária: 'Parque D. Pedro introduz um novo conceito em shopping'