

Capa

E a moda pegou

Atenta ao movimento internacional, a Jones Lang LaSalle trouxe para o Brasil o conceito de outlet e já comercializa o próximo empreendimento

O modelo de empreendimento outlet já é sucesso de vendas no Brasil. O Shopping Sómarcas Outlet, na Cidade Industrial (Contagem), a 11 km do centro de Belo Horizonte, por exemplo, tem lojas de marcas famosas como Nike, Lacoste, Calvin Klein e Levi's, que vendem produtos de coleções anteriores com rebaixas de até 70%. O próximo empreendimento do tipo já está em construção e deve ser inaugurado no primeiro semestre do ano que vem. Será em Novo Hamburgo (RS), a 35 km de Porto Alegre, às margens da BR-116 e no caminho de quem vai para as Serras Gaúchas.

O novo outlet terá o conceito de *open mall*, onde os corredores abertos e descobertos favorecem o uso da luz natural. Mesmo assim, são protegidos por conta das características climáticas da cidade, como a chuva e o frio típicos da região. Embora ainda não esteja concluído, o outlet de Novo Hamburgo já é considerado um sucesso. "Já temos 75% dos espaços pré-locados. Isso é fruto do trabalho árduo de pesquisa e do sucesso de experiências anteriores", diz André Costa, Diretor de Locação da Jones Lang LaSalle.

Outlets no Brasil

A Jones Lang LaSalle foi responsável por trazer esse conceito para o Brasil, em 2006, vislumbrando um mercado ainda não explorado. A empresa foi proativa no levantamento de dados socioeconômicos, na avaliação de localidades propícias ao desenvolvimento do negócio e na procura por potenciais parceiros. Costa comenta que esta foi a maior dificuldade dos primeiros projetos. "O Brasil não possuía um bom histórico em relação aos outlets. Na década de 90, empreendimentos deste tipo fracassaram, não porque a ideia era ruim e, sim, por causa de erros cometidos nos projetos", explica.

Para ele, o erro foi não seguir o exemplo de empreendimentos bem sucedidos como os dos Estados Unidos e da Europa. Os empreendimentos nacionais foram construídos dentro das grandes metrópoles e em zona de influência de outros shoppings tradicionais e regionais. Suas instalações eram caras e sua estruturação jurídica e de custos era idêntica ao dos shoppings tradicionais. Além disso, possuíam um mix de lojas inexpressivo e algumas vezes até inadequado. O mote de vendas era o preço baixo, sem qualquer preocupação com qualidade ou valor de marca.

Garantir um conjunto de lojas de alto nível, aliás, é uma preocupação constante da Jones Lang LaSalle em seus empreendimentos. Como em Contagem. Por ser um outlet de menor porte, esse foi o maior desafio do projeto, desenvolvido em parceria com a consultoria imobiliária GC 2000. O centro de compras mineiro foi construído em antigos galpões industriais, renovados para receber lojas novas e modernas. Possui 3.700 m² de área locável, 14 lojas e sua expansão vai ocorrer por fases (a primeira foi realizada em novembro de 2010).

Diferente de shopping

Estudos feitos pelas Jones Lang LaSalle apontaram o formato *open mall* como o mais adequado para o modelo brasileiro de outlet. Isso porque ajuda a reduzir os custos com manutenção, permite melhor aproveitamento do terreno e os bolsões de lojas podem ser intercalados por áreas de estacionamento. Mas, isso só é possível em regiões onde os índices pluviométricos são baixos.

Os edifícios do tipo outlet têm a construção horizontal, que dispensa elevadores e escadas rolantes. Assim, o custo condominial é mais baixo para os lojistas e permite a venda dos produtos por preços menores para o consumidor. A localização, fora de grandes cidades e em vias de acesso com bastante movimento, também diminui os custos sem prejudicar a atração dos clientes. O espaço de Novo Hamburgo tem uma vantagem adicional: está sendo construído com estruturas metálicas que garantem rapidez na construção, sem deixar de lado a qualidade dos acabamentos.

Além dos custos menores, os lojistas ganham um canal regular de distribuição de produtos descontinuados, além da possibilidade de captação de novos clientes e fidelização dos já existentes. Os empreendedores que investem no projeto apostam em um mercado de baixíssima concorrência e com grande potencial de crescimento.

A Jones Lang LaSalle vai continuar investindo no segmento, ampliando e fortalecendo essa linha de negócios no mercado doméstico. Outros quatro projetos já estão em desenvolvimento pela empresa com parceiros regionais e, em breve, as regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste devem ganhar novos centros de compras.

Origem

As primeiras lojas do tipo outlets surgiram nos Estados Unidos. Por estarem instaladas junto às fábricas, recebiam a denominação *factory outlets*. Ali, os produtos eram vendidos sem intermediários, sem despesas de transporte e, conseqüentemente, por preços muito mais baixos que os praticados no mercado regular.

Com o passar dos anos, surgiram centros comerciais formados por lojas de diversos fabricantes e não mais anexos às fábricas. As instalações fora das cidades

continuavam simples e baratas. Nas décadas de 70 e 80, o poder de atração dos outlets já era enorme, a ponto de atrair consumidores canadenses que atravessavam a fronteira para visitá-los nas cidades americanas.

Na Europa, o conceito de outlet uniu compras e entretenimento para adultos e crianças. Por mais que o foco recaia sobre as compras, os empresários investem na associação da ideia de um espaço também para lazer e gastronomia, sem comprometer o prestígio das marcas entre os clientes. ■



Shopping Sómarcas Outlet

- ABL: 3.700 m²
- Localização: Cidade Industrial em Contagem/MG
- Inauguração: Novembro/2010
- Planejamento e Comercialização: Jones Lang LaSalle
- Empreendedor: Açores Empreendimentos e Participações



Platinum Outlet – em obras

- ABL: 20.000 m² - 75% pré-locado
- Localização: Novo Hamburgo/RS
- Inauguração: início 2012
- Planejamento e Comercialização: Jones Lang LaSalle
- Empreendedores: Construtora São José e Cisplan