

CLIENTE: Uberlândia Shopping	
DATA DE VEICULAÇÃO: 19/11/2016	VEÍCULO: Jornal Diário do Comércio
CADERNO:	ÁREA:
AUTOR:	PÁGINA: 9
TÍTULO: Tenco fará aporte de R\$640mi em 2017	

SHOPPING CENTERS

Tenco fará aporte de R\$ 640 mi em 2017

Principal aposta do grupo mineiro é na prospecção de negócios, incluindo fusões, no interior do País

DANIELA MACIEL

Um movimento tem sido observado no setor de *shopping centers*: a sua interiorização. Dados do Censo Abrasce 2015-2016 (Associação Brasileira de Shopping Centers) mostram que 67% dos *shoppings* inaugurados em 2015 estão concentrados no interior e em regiões metropolitanas, prova de que há uma fuga dos investimentos para cidades de menor porte. É foi justamente essa aposta que fez a mineira Tenco Shopping Centers - especializada na construção e administração de *malls* - se manter em crescimento em 2016.

De acordo com o gerente de Marketing do grupo mineiro Tenco Shopping Centers, Cleisson Fernandes, este ano já foram entregues duas unidades. O primeiro é o Juá Garden Shopping, em Juazei-

rona como um pós-venda. Logo após o lojista assinar o contrato com a Tenco, o SOL passa a conduzir todo o processo.

"Temos uma preocupação com os nossos lojistas. Queremos apoiá-los para que tenham a melhor operação possível. Isso é muito importante no interior, onde o acesso às informações é mais difícil e a maioria dos empreendedores ainda é inexperiente. Esse é um serviço agregado sem custo para o lojista", afirma o gerente de Marketing da Tenco.

Uma equipe da Tenco vai até o lojista, que não pode ser franqueado, para estudar as possíveis mudanças no *layout* da loja contratada e prestar auxílio nas partes burocráticas - como alvarás de funcionamento, estoque para inauguração, treinamento de funcionários e contratação de



Entre os empreendimentos entregues pela Tenco este ano, está o Via Café Garden Shopping, em Varginha, no Sul de Minas

Área Bruta Locável (ABL) de 23 mil metros quadrados. O segundo é o Via Café Garden Shopping, em Varginha, no Sul de Minas, com 162 lojas e ABL de 21,7 mil metros quadrados. O terceiro, que será entregue na última semana de novembro, é o Bragança Garden Shopping, em Bragança Paulista, São Paulo, com 148 lojas e 23 mil metros quadrados de ABL. O investimento realizado em cada um ficou entre R\$ 130 milhões e R\$ 160 milhões.

Além das unidades inauguradas, foi adquirido em Jaraguá do Sul, em Santa Catarina, o Jaraguá do Sul Park Shopping, com 170 lojas e área construída de 89 mil metros quadrados. "Este é um momento em que os empreendedores precisam se voltar para o interior do Brasil. Como especialista em *shoppings* fora das capitais, a Tenco oferece aos parceiros estrutura e conhecimento. Quando chegamos a uma nova cidade levamos infraestrutura, empregos e melhoria de vida. Este é um caminho para o desenvolvimento do mercado e também das marcas", explica Fernandes.

Para 2017, o departamento de fusões e aquisições da Tenco será reforçado. O objetivo é continuar prospectando bons negócios, independentemente da região do País. Para o primeiro semestre, já está agendada a inauguração do Itaquá Garden Shopping, em Itaquacetuba (SP), com ABL de 29,5 mil metros quadrados e 255 lojas. Cada *mall* gera entre 2 e 3 mil empregos. Até 2017, a empresa investirá cerca de R\$ 640 milhões em novos empreendimentos.

Parte do sucesso, segundo o gestor, se explica pela proximidade entre a Tenco e os lojistas. Há cinco anos, o programa Solução e Orientação ao Lojista (SOL) fun-

sário. Dentro deste projeto, a Tenco disponibiliza a opção "Sua loja Tenco", na qual o estabelecimento é entregue ao proprietário concluído. São três padrões de modelos

chamados de "Essencial", "Aspiracional" e "Vivencie". Os modelos são definidos de acordo com a necessidade do cliente e podem passar por customizações, alterando

tipos de fachadas, pisos, forro, e iluminação. As obras são executadas por meio de construtoras parceiras.

"Já atendemos mais de mil lojistas através do SOL.

Damos suporte para que ele atravesse o período crítico da inauguração com mais tranquilidade. Com a nossa cartela de fornecedores conseguimos baixar custos e

profissionalizar a gestão dos nossos lojistas, tornando as operações mais seguras e, com isso, os nossos *shoppings* mais exitosos", completa o executivo.

Uberlândia Shopping apura aumento nas vendas

No fim do primeiro ciclo de consolidação, o Uberlândia Shopping, que completa cinco anos em março de 2017, comemora os resultados de 2016. O ano de crise macroeconômica parece ter sido menos severo para o centro de compras localizado em Uberlândia, no Triângulo Mineiro que, no terceiro trimestre, registrou vendas superiores a R\$ 79 milhões - crescimento de 11,7% em relação ao mesmo período de 2015. No consolidado dos nove meses do ano, as vendas ultrapassaram R\$ 227 milhões, um aumento de 7,6% em relação ao mesmo período do ano passado.

Nos últimos meses, foram inauguradas a SoftBox, empresa de consultoria e realização de projetos de TI, Imaginarium, marca de presentes criativos, Polo Wear, moda baby, infantil, adulto feminino e masculino com estilo casual e esportivo; Vanilla Lingerie, referência no segmento de moda íntima; Espaço Laser, a maior rede de clínica de depilação a laser do Brasil; Gráfica + e a Le Pinguê Hamburgueria. Ainda este ano, 12 novas operações vão incrementar o *mix* nos segmentos de serviços, tecnologia da informação, gastronomia, moda e perfumaria. Entre as próximas marcas estão: Provecho Taqueria, comida Mexicana e Fitness Bar, de lanches saudáveis; no segmento de moda I Like Fashion, Democrata e Fox Club; no de perfumaria e cosméticos estão The Body Shop e Cristal Perfumaria e no ramo da tecnologia da informação a Landix, além da Fix Case, loja de acessórios para celular.

De acordo com o superintendente



No consolidado dos nove meses do ano, as vendas no Uberlândia Shopping ultrapassaram R\$ 227 milhões

do Uberlândia Shopping, Fredson Dourado, os bons números são resultantes de um conjunto de fatores que incluem o desenvolvimento orgânico da cidade e de estratégias específicas, desenvolvidas para ocasiões diferentes.

"É verdade que este foi um ano difícil, mas nós aproveitamos de alguns pontos naturais, como a própria localização do *shopping*, no principal vetor de desenvolvimento da cidade. Também o reconhecimento, por parte da prefeitura, do Shopping Uberlândia como micropolo tecnológico. Foi mais de um ano nesse projeto para que hoje possamos atrair empresas como a SoftBox, por exemplo", explica Dourado.

Além disso, a empresa apostou no fortalecimento da relação com os lojistas e no lançamento de campanhas específicas para datas fortes do varejo, como os Dias das Mães

e dos Namorados, e também em épocas consideradas "mornas", como no mês de setembro. Ação pontual, como o estacionamento gratuito, também gerou bons frutos para a consolidação do *shopping*.

"Trabalhamos o tempo todo em parceria com os lojistas, assim mantivemos o nosso *mix* com marcas de grande relevância para o nosso público. Durante a promoção do estacionamento, registramos um aumento de 45% no fluxo de veículos. Claro que nem todo mundo que entrou fez compras, mas o resultado direto foi muito bom e, além disso, fortalecemos nossos laços com os clientes", destaca o superintendente do Uberlândia Shopping.

Nos fins de semana, especialmente, o *mall* recebe um grande contingente de consumidores vindos de cidades vizinhas a Uberlândia e de outros estados, como Goiás e São

Paulo. Para eles é feito um trabalho especial, como a sinalização das estradas, e um empenho grande nas redes sociais. "O nosso nome cria uma identidade muito grande com a cidade e isso é muito bom. Mas precisamos cuidar também dos clientes que vem de outros lugares. Esse é um trabalho delicado e constante de comunicação", aponta o executivo.

O Uberlândia Shopping é um empreendimento da Sorias Sierra Brasil - uma das principais proprietárias, desenvolvedoras e administradoras de *shopping centers* do Brasil. A empresa é proprietária de nove *mall*s em operação e administra mais um centro de compras de terceiros, totalizando 474,7 mil metros quadrados de Área Bruta Locável (ABL) e 2.189 lojas. O Shopping Uberlândia conta com 211 operações, distribuídas em mais de 52,9 mil metros quadrados de ABL. (DM)