



PAULO VIEIRA LIMA

Eldert Theza



Luxo, beleza, conforto, segurança e qualidade nos produtos e serviços à disposição dos consumidores integrantes da classe média emergente

Shopping popular de luxo muda conceito no atendimento

Uai Shopping está em fase de expansão em Minas Gerais e na capital do Amazonas

Em Minas, Wanderley Fernandes Cruz, superintendente do Uai Shopping, pertencente ao grupo Doimo do Brasil, comenta o futuro do “shopping popular de luxo”, iniciativa empresarial que, para ele, muda radicalmente o conceito de centros de compras destinados à população situada na base da pirâmide. O Uai é um ponto popular do comércio varejista de Belo Horizonte e está em fase de expansão

“

Pensamos no público formado por novos consumidores da classe C/D/E. Mas, na verdade, nosso público é o G, de gente

Wanderley Fernandes Cruz

que multiplicará por dois as suas atuais 150 lojas.

Em junho o grupo inaugura o Uai Céu Azul, mais um empreendimento popular, desta vez na região norte da capital mineira, em local de grande concentração da classe média emergente. O mesmo fascínio que os shoppings convencionais despertam nos consumidores é encontrado nesta modalidade de estabelecimento construída pelo grupo Doimo, afirma Cruz. Luxo, beleza, conforto, segurança e qualidade nos produtos e serviços estão no “shopping po-

pular de luxo” com o diferencial de permitir à classe C/D/E uma frequência sem hipótese nenhuma de opressão.

“Pensamos no público de novos consumidores, mas queremos atender a todos”, explica o executivo, ao enfatizar: “Nosso público é o G, de gente”. Tudo foi projetado para oferecer bom acolhimento, conforme a proposta de seus idealizadores. A experiência que deu certo em Minas Gerais também apresenta bom resultado na região norte do país, com o Uai São José, nas proximidades da Zona Franca. ■

TRÊS PERGUNTAS A...

Junia Garrido



...WANDERLEY FERNANDES CRUZ

Superintendente do Uai Shopping

O Grupo Doimo atua em vários países europeus. Seu capital é italiano e seu faturamento anual gira em torno de € 600 milhões.

Quem pode instalar lojas nos shoppings populares do grupo Doimo?

Qualquer empresa cujo foco seja o consumidor emergente que até aqui não encontrava alternativa para ir às compras em local onde há todo o cuidado e respeito no seu atendimento. Só exigimos que seja pessoa jurídica para pleitear o espaço e se deve obedecer aos critérios impostos pelas entidades

responsáveis pelo controle de qualidade típico dos melhores shopping centers brasileiros.

Qual o critério para escolher o local destinado a um shopping nos moldes do Uai?

Vamos aonde está a concentração do nosso público de interesse. Nós nos instalamos em locais de grande afluxo. Perto do Metrô, como é o caso de Belo Horizonte, onde estamos na Estação Lagoinha, perto da Estação Rodoviária e no centro da cidade. Ou vamos aos bairros populares para ficarmos acessíveis aos nossos clientes.

Esse tipo de shopping tem as lojas-âncoras?

É possível, desde que adequadas às características do empreendimento e focadas no atendimento ao público C/D/E. Além de pequenas lojas, contamos com grandes marcas como a Cacau Show e a Lig Celulares. Temos também a tendência de atrair instituições bancárias com atuação no consumidor emergente, como é o caso do Banco do Brasil. Se houver uma âncora com atuação dentro de nossos padrões, tudo bem.