DIVULGAÇÃO

O Outlet Premium São Paulo, na Rodovia Bandeirantes, que conta com 90 lojas e 120 marcas recebe uma média de 5 milhões de pessoas por ano

Outlets procuram superar erros

De São Paulo

O Brasil segue o exemplo de outros países e começa a montar uma rede de outlets, tomando o cuidado de não repetir erros que frustraram tentativa de emplacar esse modelo no passado e de olho no público que habitualmente frequenta estabelecimentos do gênero no exterior, onde se pode adquirir produtos de marcas consagradas a preços acessíveis.

Os grandes players do setor de shopping center avaliam que as condições são favoráveis para o sucesso do empreendimento. A General Shopping, que desenvolveu o único outlet que funciona atualmente no Brasil, pretende colocar outros sete em operação entre o fim de 2014 e o primeiro semestre do ano seguinte. A JHSF programou para a primeira metade de 2013 o lançamento do Catarina Fashion Outlet Shopping, em São Paulo, e a BR Malls entrou na disputa por esse filão do mercado com o apoio da Simon Property Group, dos Estados Unidos.

Segundo Luiz Quinta, diretor comercial e de desenvolvimento da BR Malls, houve uma tentativa de implementar outlets no Brasil no início dos anos de 1990, que não deram certo por dois motivos. Um deles diz respeito ao formato e localização. Os empreendimentos foram construídos dentro das cidades para concorrer com os shoppings centers convencionais. Por outro lado, o varejo brasileiro não tinha tantas cadeias nacionais de lojas e não se expandia com a intensidade de hoje.

A inflação galopante e as taxas de juros elevadas impediam a formação de estoques pelo seu custo de carregamento e o lojista não tinha espaço suficiente para uma operação em outlet, que surgiu como canal alternativo para o escoamento de produtos que sobram de coleções anteriores. "Tinha-se uma ideia de que outlet não funciona no Brasil. Mas se a gente for para Miami, Orlando, Las Vegas e Nova York vai perceber que o português é quase língua oficial. O problema não está no modelo, mas no formato brasileiro", diz Alexandre Dias, diretor de marketing e varejo da General Shopping.

O cenário mudou desde então, a começar pelo crescimento em escala das cadeias nacionais do varejo – quase 200 redes com atuação nacional, de acordo com Quinta – e a forte presença de grandes marcas internacionais que chegaram em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília principalmente. Outro ponto é a constatação de que, para dar certo, outlets devem ser instalados fora dos grandes centros urbanos, de preferência em rodovias e entrocamentos com grande fluxo de veículos para cobrir as cidades menores do entorno.

Com três anos de operação, o Outlet Premium São Paulo, da General Shopping, está localizado na Rodovia Bandeirantes, na altura do município de Itupeva (SP), tem 90 lojas e 120 marcas, recebe uma média de 5 milhões de pessoas por ano e passará por um processo de expansão. O projeto está em fase de conclusão e o valor do investimento não foi definido, mas o diretor de marketing e varejo da empresa, Alexandre Dias, diz que há mais 20 lojas na fila de espera, que acrescentarão mais 30 ou 40 marcas ao portfólio de ofertas.

Em julho, será inaugurado o Outlet Premium Brasília, com área bruta locável (ABL) de 16,5 mil metros quadrados, 80 lojas e perto de 100 marcas, além de 2 mil vagas no estacionamento que, segundo Dias, representa o dobro do espaço oferecido pelo empreendimento de São Paulo. Em abril, será ativado o Outlet Premium Salvador, com 120 lojas e cerca de 140 marcas, localizado em uma região com grande potencial turístico: entre o aeroporto Luis Eduardo Magalhães, n centro de Salvador, a Praia do Forte e a Costa do Sauípe.

A BR Malls não revela detalhes do primeiro outlet que pretende construir no Brasil com a sua parceira americana. Quinta diz apenas que será no Estado de São Paulo e sua inauguração está prevista para 2013. A intenção, porém, é contar com 12 ativos no intervalo de sete anos, totalizando investimentos de R$ 1,5 bilhão. A participação da Simon Property Group é considerada estratégica para o ingresso da companhia nesse mercado.

A companhia opera 47 shopping centers, que somam 8 mil lojas e registram um fluxo superior a 350 milhões de visitantes por ano. Já a Simon Property Group tem participação em 370 shopping centers e 140 outlets nos Estados Unidos e em mais seis países.

A JHSF também vai incluir esse tipo de empreendimento em seu portfólio. Localizado em São Roque, a 30 minutos da capital paulista, o Catarina Fashion Outlet Shopping terá 120 lojas em 25 mil metros quadrados de ABL e estacionamento com 1 mil vagas. O investimento gira em torno de R$ 80 milhões. ***(IC)***

Muita variedade e preços baixos são os atrativos

De São Paulo

Os brasileiros são figuras carimbadas em outlets dos Estados Unidos. Com a valorização do real e o crescimento do poder aquisitivo, aproveitar uma visita ao país para fazer compras é um roteiro quase que obrigatório para muitos deles. Agente de viagem em Araraquara (SP) há 15 anos, Ana Maria Valentim é uma das que não perdem a oportunidade de dar uma esticada a um desses tipos de shopping centers.

Apesar da profissão, as visitas de Ana Maria aos outlets americanos aconteceram durante viagens realizadas a passeio, acompanhada de familiares. A última delas ocorreu em março e a impressão é sempre muito positiva. "As lojas são muito grandes, o acesso é fácil e dá para comprar qualquer tipo de produto", comenta. Com a experiência de quem já esteve "umas cinco vezes em outlets de Miami, Orlando e Nova York", ela recomenda ir às compras somente após as 17 horas, quando o fluxo de pessoas, embora ainda intenso, é bem menor.

Além das dimensões, facilidade de acesso e comodidade (apesar do grande movimento), o que chama a atenção é a variedade de ofertas. Nas inúmeras lojas é possível encontrar de perfumaria a produtos de beleza, de relógios e peças do vestuário a itens de cozinha e conjuntos esportivos, entre outros artigos de marcas consagradas. Há também produtos eletrônicos, principalmente computadores e dispositivos móveis, como smartphones e tablets, cujos preços bastante acessíveis, acrescenta.

Para quem já teve a oportunidade de conhecer outlets no exterior a comparação com o único que existe no Brasil até o momento é inevitável. A avaliação de Ana Maria é que o Outlet Premium São Paulo, embora bem menor, também é muito interessante. "Achei as lojas muito boas. As peças não têm diferença nenhuma em relação às que são vendidas lá fora e uma das vantagens é que você poder fazer a compra parcelada no cartão de crédito, o que não é possível no exterior", afirma.

A agente de viagem chamou a atenção ainda para a área de alimentação, o estacionamento e a localização geográfica. O Outlet Premium São Paulo fica no município de Itupeva (SP), à altura do quilômetros 72 da Rodovia dos Bandeirantes, bem próximo do Shopping Serra Azul e dos parques temáticos Hopi Hari e Wet'n Wild. Desde que foi inaugurado, há três anos, recebeu um público estimado em 5 milhões de pessoas por ano, em média. Ana Maria, por exemplo, já visitou o outlet paulista pelo menos dez vezes.

Entretanto, Ana Maria observa que algumas mudanças são necessárias para melhorar o outlet paulista, como a construção de mais sanitários, "para evitar filas" e a instalação de mais lojas. O portfólio de oferta também poderia ser mais diversificado. Além de produtos eletrônicos e conjuntos esportivos, que têm grande demanda, faltam farmácias que comercializam vitaminas, cálcio e aspirina importados, exemplifica.

O ideal mesmo, de acordo com ela, seria a construção de outros outlets em São Paulo, principalmente na região entre os municípios de São Carlos e Araraquara. Na cidade onde ela vive existem apenas dois shopping centers, que são de pequeno e médio portes. As opções para quem deseja fazer compras são a capital paulista ou a cidade de Ribeirão Preto, que fica a aproximadamente uma hora de carro. "Lá os shoppings são grandes e ficam intransitáveis nos fins de semana por causa da quantidade de gente", destaca. ***(IC)***

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 28 jun. 2012, Especial: shopping centers, p. F8.