



Ao gosto dos paulistanos

Novo empreendimento na zona sul da capital fortalece comércio da região e já nasce como uma referência do varejo paulistano

por Dionísio Alexandrini Neto

Há cerca de dois meses, aproximadamente três mil pessoas acompanharam a inauguração do Shopping Vila Olímpia, na rua Olimpíadas, 360, na divisa da Avenida Brigadeiro Faria Lima com Marginal Pinheiros. O local é conhecido por abrigar sede de empresas dos mais diversos setores, inclusive multinacionais, além de restaurantes renomados, casas noturnas, comércios e residências. Trabalho e lazer funcionam equilibradamente no bairro, hoje considerado por muitos como um dos pólos de maior desenvolvimento da cidade.

De acordo com o superintendente do empreendimento, Rogério Miola, a criação do shopping contribui para proporcionar mais opções de compras e entretenimento aos moradores e frequentadores do local.

“A presença do shopping cria uma força renovadora na região, exigindo mais

investimentos. Com esse empreendimento, iniciamos uma nova etapa de prestação de serviços, lazer e gastronomia, além da geração de novos empregos”, afirma Miola.

Estrutura

Acredita-se no sucesso do empreendimento por conta do potencial de crescimento do setor como um todo. Para se ter uma ideia, no Brasil há 391 shoppings, número que a princípio parece ser razoável, mas que está longe de ser

um índice elevado se comparado, por exemplo, aos Estados Unidos, onde há cerca de 40 mil centros de compras. Com investimento superior a 220 milhões de reais, o novo centro comercial da Vila Olímpia, que abriu suas portas no dia 25 de novembro, conta com 187 lojas em seis pisos, incluindo quatro lojas-âncora,

além de um boliche moderno, inspirado nos modelos norte-americanos com 12 pistas automatizadas, grandes telões, iluminação especial e equipamentos com sofisticada tecnologia e design, além de um andar inteiro com restaurantes e praça de alimentação.

Segundo Miola, tudo foi planejado para oferecer opções de compras, lazer e serviços à crescente demanda de moradores e frequentadores da região.

“Preparamos um mix de lojas destinado ao público das classes A e B. Estimamos que 60% de nossos clientes venham a pé nos dias de semana. Grande parte deles é composta por executivos que trabalham ou se hospedam por ali. Em março do ano que vem inauguraremos sete salas de cinema do Grupo Severiano Ribeiro/Kinoplex. O Shopping Vila Olímpia receberá as primeiras salas VIP da marca com direito a poltrona de couro reclinável com apoio para os pés e sala de espera exclusiva, com bombonière e um café. Outras novidades para esse ano



Rogério Miola,
superintendente do shopping

será a inauguração de um teatro com duas salas (uma com 600 e outra com mais 200 lugares), além da inauguração da primeira filial do restaurante carioca Garcia & Rodrigues, que ficará em um espaço de aproximadamente 600 m² no térreo”.

Concorrência saudável

O que para alguns poderia significar um problema, para outros é justamente parte da solução. É assim que muitos varejistas e especialistas encaram a instalação do centro de compras na Vila Olímpia. O professor do Núcleo de Estudos do Varejo da ESPM, Ricardo Pastore, concorda que o crescimento do número de pessoas circulando pela área nobre irá favorecer inclusive o comércio local: “Por ser um pólo comercial que já se tornou importante para a capital, os próprios lojistas que já estão instalados nos arredores do empreendimento serão beneficiados com a atração de público e maior circulação de pessoas, até de outras localidades. Com o tempo, o Shopping Vila Olímpia irá, indiretamente, promover uma renovação de toda a ativi-



Frequência constante: indício positivo


dade comercial da região, isto é, atrair novos varejistas para as proximidades em busca de bons negócios”.

Para a gerente da loja Bayard Outlet, Iviê Loureiro, a circulação frenética de frequentadores na região pode ajudar mesmo nas vendas do comércio de rua. “O fato de o shopping ser novo atrai as pessoas a vir visitá-lo e, para quem não conhece o comércio local, esse pode ser um bom chamariz. Acredito que em alguns casos o cliente sairá do shopping para dar uma voltinha e prestigiar o comércio de rua”. Com relação à concorrência com o Shopping, (que fica a cerca de 500 metros), ela diz não ser uma preocupação.

“Como somos um outlet de grandes marcas, acreditamos que não afetará negativamente no negócio. Nossa clientela quer qualidade e preço baixo, e isso nós temos. Acreditamos que nosso cliente só vai se assegurar mais uma vez que nossa loja ainda é a melhor opção de compra”.

Voz do consumidor

O bancário Denis Rodrigues Santiago, 29, costuma fazer compras na Vila Olímpia e diz que já visitou o shopping.

“Tenho hábito de comprar ternos e sapatos pelas lojas do bairro. Concordo que os produtos são mais caros se comparado a outros pontos comerciais, porém, fatores como qualidade e durabilidade são o que fazem com que eu opte por essa preferência. O shopping me despertou certa curiosidade; fui visitá-lo e gostei. Além de boas lojas, há a praça de alimentação e o espaço para diversão. Portanto, se quero comer ou me divertir, não preciso utilizar o carro para me deslocar; posso fazer tudo pela região. Essa é a vantagem de contar com um shopping center por perto”. 

Clínicas de Estética

Nada melhor do que se sentir bem. Por isso, o Sindilojas-SP em parceria com clínicas de estética, oferece a você descontos para lá de atraentes em estabelecimentos especializados nessa finalidade.

Nossos Convênios:

- Aldeia Centro de Beleza
- Beauty House
- Bella Luna
- Bem Estar
- Bio Corpus
- Cefron
- Deep Laser
- Depil Line
- Dora Estética
- Edy Guimarães
- Espaço Azaleia
- Espaço Glamour
- Estética Nova
- Fito Training
- Innovato
- Kimberly Estética
- Luna Ateliê
- Olenka
- Saint Martin
- Spaço Estética
- Spazio del Corpo
- Vica Estética e Bem Estar

Informações:

2858 8400

www.sindilojas-sp.org.br



SINDILOJAS-SP

Indicador dos Lojistas do Comércio de São Paulo