Clipping Ademi-ES
Local: Vitória/ES
Veículo: A Tribuna / Página: 16 e 17
Editoria: Economia
Data: 07/03/2021
Formato: Matéria com 15 colunas por 36 cm
Autor: Verônica Aguiar

500 lojas vão reabrir nos bairros e criar 1.500 empregos este ano

Volta do auxílio, prevista para este mês, deixa comerciantes otimistas. Resultado do setor em 2020 surpreendeu com aumento nas vendas de alimentos e de material para reformas. >16 e 17

Mile4 Assessoria de Comunicação
Av. Leitão da Silva,1387, sl 108 - Gurigica - Vitória - ES - CEP 29045-914 - (27) 3205-1004 - www.mile4.com.br
PDF gerado automaticamente pelo sistema WebClipping

Clipping Ademi-ES
Local: Vitória/ES
Veículo: A Tribuna / Página: 16 e 17
Editoria: Economia
Data: 07/03/2021
Formato: Matéria com 15 colunas por 36 cm
Autor: Verônica Aguiar

Economia

FALE COM O EDITOR RAFAEL GUZZO E-MAIL: economia@redetribuna.com.br

COMÉRCIO

Quinhentas lojas vão reabrir as portas e criar 1.500 vagas

Este ano a previsão é de recuperação do setor nos bairros, após 1.700 estabelecimentos fecharem em 2020, por causa da pandemia

Verônica Aguiar

Pandemia, fechamento e restrições ao funcionamento. O ano passado foi duro para alguns comerciantes, e 1.700 lojas fecharam as portas no período. Para este ano, porém, a expectativa é diferente: 500 estabelecimentos serão reabertos nos bairros, com a criação de 1.500 empregos.

Não significa necessariamente que o mesmo empreendedor que fechou a loja vai reabri-la. Mas que o imóvel que tinha uma marca e fechou vai reabrir as portas, ainda que para dar lugar a outro empreendedor com nova proposta.

O cálculo é do diretor da Federação do Comércio do Estado (Fecomércio-ES), José Carlos Bergamin. O resultado do comércio no fim de 2020 surpreendeu, com crescimento nas vendas em diversos segmentos, fruto do auxílio emergencial e da procura maior por itens como alimentos e produtos para melhoria do lar.

E a volta do auxílio, prevista para este mês, é um fator que cria otimismo. "O auxílio dá um impulso no consumo, principalmente de alimentação e vestuário", pontuou o economista Luiz Sant'Anna.

Outro motivo para a abertura de lojas é a perda do emprego e a necessidade de ter uma fonte de renda, o que acaba movimentando os empreendedores, disse Bergamin.

Gilmar Custódio, diretor jurídico da Associação das Empresas do Mercado Imobiliário (Ademi-ES), explicou que a avenida Expedito Garcia, em Campo Grande, Cariacica e a Avenida Central, em Laranjeiras, na Serra, são dois polos onde o comércio é muito ativo.

"Alguns lojistas menores fecharam. Mas sai um e entra outro."

Já outros pontos tiveram muitos imóveis comerciais desocupados, como o polo de moda da Glória, em Vila Velha, por, na visão dele, ter muitas lojas pequenas. Mas essa situação mudou: Amel Aboul, presidente Associação dos Comerciantes da Glória (Uniglória) contou que as lojas que fecharam em 2020 no polo já foram reabertas. "Hoje você não encontra lojas para alugar por aqui", garantiu.

Segundo Amel, a recuperação, foi em novembro, já que os comerciantes tinham expectativa em relação às vendas de fim de ano. "As vendas ainda estão devagar, mas a vacina chega trazendo esperança".

FOTOS: FABIO CUNHA/AT

> "O auxílio dá um impulso no consumo e no comércio, principalmente nos setores de vestuário e de alimentação"
> Luiz Sant'Anna, economista

MODELO E EMPRESÁRIA

Beauty Bar

Na Praia do Canto, Vitória, a Casa Rosa será reaberta. Pela primeira vez, os 220m² tombados pelo patrimônio histórico serão usados por um único projeto comercial. A modelo e empresária Stephany Pim, 26, está transformando o espaço num Beauty Bar, criando 15 vagas de trabalho. A inauguração está prevista este mês.

No local haverá cafeteria, bar, miniloja e espaço de beleza. "Estamos mesclando dois nichos que até agora não tiveram uma interação tão profunda no mercado como pretendemos".

Ela buscou referências internacionais. "Idealizamos cada detalhe para conversar com a arquitetura original e apresentar um ambiente inesquecível".

NOVOS NEGÓCIOS

Carnes especiais para churrasco

O empreendedor Guilherme Resende, 25, abriu recentemente uma boutique de carnes para churrasco, em Cariacica. Ele contou que trabalhava com delivery de carne in natura e que resolveu abrir a loja somando os clientes que já possuía com os novos.

"Como a gente vende carne, que é essencial, para gente as vendas foram boas, mesmo com a pandemia". Com a abertura da loja física, ele conseguiu criar mais duas vagas de emprego.

Nova barbearia em Vitória

No fim do mês passado, o microempresário Wesley Armani, 22, abriu uma barbearia em Jardim da Penha, Vitória, ocupando o lugar onde funcionava um estúdio de pilates, que fechou com a pandemia.

"Em uma semana atendemos 50 clientes. Isso me deixa muito feliz".

Ele observou que a vacina contra a Covid-19 traz mais segurança em relação ao futuro. "Quando boa parte da população for vacinada, as pessoas vão se sentir mais seguras para sair de casa".

SAIBA MAIS

Espírito Santo

- NO ANO PASSADO, 1.700 lojas que criavam empregos fecharam as portas definitivamente no Estado.
- DE ACORDO com a Fecomércio-ES, a pandemia gerou efeitos devastadores sobre o segmento. Contudo, com a reabertura dos estabelecimentos comerciais, o setor começou a reagir e reduziu as perdas naquele ano. As vendas em 2020 fecharam o ano com crescimento de 4,6% em relação ao ano anterior.
- ESTE ANO Já é possível observar uma leve recuperação, com expectativa de abertura de, pelo menos, 500 lojas, que juntas vão criar 1500 novas vagas de emprego.

No Brasil

EXEMPLAR EXCLUSIVO

- NO BRASIL, 75 mil estabelecimentos que criavam empregos formais fecharam as portas.
- ALÉM DISSO, nenhum segmento do comércio no País teve crescimento do número de estabelecimentos no ano passado

Fonte: Fecomércio-ES.

Mile4 Assessoria de Comunicação
Av. Leitão da Silva,1387, sl 108 - Gurigica - Vitória - ES - CEP 29045-914 - (27) 3205-1004 - www.mile4.com.br
PDF gerado automaticamente pelo sistema WebClipping

Clipping Ademi-ES
Local: Vitória/ES
Veículo: A Tribuna / Página: 16 e 17
Editoria: Economia
Data: 07/03/2021
Formato: Matéria com 15 colunas por 36 cm
Autor: Verônica Aguiar

Economia

COMÉRCIO

Donos reduzem aluguel para atrair inquilinos

Os lojistas que tiveram que fechar as portas devido a pandemia deixaram para trás imóveis vagos. Sem perspectivas claras para o futuro, muitos donos de lojas tiveram de usar o bom-senso e apostar na negociação para conseguir ocupar seus empreendimentos.

O problema é que, dependendo de onde fica o ponto comercial, se não conseguir alugá-lo, o proprietário não só deixa de ganhar com o aluguel como também precisa pagar o condomínio.

O administrador, especialista em finanças e sócio-fundador da Pedra Azul Investimentos, Lelio Monteiro, lembrou que no ano passado, durante o período em que as lojas ficaram fechadas, alguns proprietários aceitaram até não receber o aluguel enquanto o inquilino não pudesse abrir as portas do negócio.

"Você tem uma loja, mas existe uma lei que não permite que ela seja aberta. Claro que pelo contrato o ônus é do locatário, mas valeu o bom-senso".

Ele destacou que o locador considerou que se ele não for capaz de negociar, acaba contribuindo para quebrar o locatário, o que é ruim para ambas as partes. Nesses casos, o locatário ficava responsável pelo pagamento do condomínio.

Já sobre a situação atual, o diretor jurídico da Associação das Empresas do Mercado Imobiliário (Ademi), Gilmar Custódio, explicou que alguns locadores estão alugando pontos comerciais cobrando o mesmo valor do ano passado ou até mesmo um preço inferior.

"Hoje temos essas atividades retomando aos poucos. Com algumas lojas vazias ainda". Ele destacou que a Expedito Garcia, em Cariacica e a Avenida Central, em Laranjeiras, na Serra, são exceções. "Lá você não encontra lojas para alugar".

Diante desse cenário, empreendedores enxergam oportunidade. A micropigmentadora Juliana Bragança, 30, e o marido, o empresário Estevão Correa, 31, vão abrir uma nova clínica de estética, em Jardim Camburi, Vitória. O espaço antes abrigava uma empresa focada em desenvolvimento pessoal.

"A gente cresceu na pandemia porque as mulheres, por estarem usando máscara, estão percebendo que o destaque é o olhar e a sobrancelha. Aliás, não só as mulheres, como os homens estão procurando muito a micropigmentação".

Ela destacou que o espaço será focado em estética facial e corporal e deve ser inaugurado em maio. Detalhou que com a pandemia, o consumidor ganhou mais poder de negociação, o que contribuiu para que pudesse realizar esse desejo.

FOTOS: FÁBIO NUNES/AT

JULIANA E O MARIDO ESTEVÃO, vão abrir uma nova clínica estética

LOJAS VAZIAS PARA ALUGAR na avenida Jerônimo Monteiro, no centro de Vitória: mercado em dificuldades

DIVULGAÇÃO

OPORTUNIDADE

Foco no bem-estar

As empreendedoras Karla Cypreste, 27 e Gabriela Loureiro, 25 abriram uma cozinha dentro de um espaço de crossfit no Centro de Vila Velha, no último dia 27.

Elas trabalham com marmitas congeladas, vitaminas funcionais, pré e pós-treinos, entre outros. "Atendemos os atletas do crossfit e também o público externo".

Com o negócio, elas criaram uma vaga de emprego. "Vimos uma oportunidade observando que as pessoas estão à procura de uma melhor qualidade de vida", destacou.

Shoppings vão abrigar lojas maiores e lazer

Os shoppings, mais que as lojas de rua, também sofreram as consequências da pandemia. Como trata-se de um ambiente fechado, eles demoraram um pouco mais para reabrir as portas, no ano passado. E grandes e pequenas lojas fecharam, não só no Estado, como em todo o País.

Para o diretor jurídico da Associação das Empresas do Mercado Imobiliário (Ademi), Gilmar Custódio, as configurações atuais revelam um pouco de como será o futuro dos shoppings.

Custódio observa que há uma tendência de intensificação do lazer nesses empreendimentos, assim como da presença de lojas maiores. Para ele, a crise engoliu as pequenas lojas dentro desses estabelecimentos, devido às despesas envolvidas, como aluguel, manutenção, entre outras.

"Os que tinham fôlego se viraram, conseguiram negociar uma certa redução do aluguel e da taxa de condomínio. Já os pequenos não aguentaram, entregaram as lojas".

O diretor da Federação do Comércio (Fecomércio) José Carlos Bergamin também entende que os shoppings serão o lugar das grandes lojas e do lazer e acrescentou: "No Brasil, não temos o movimento de rua noturno, não é muito seguro. No shopping há essa segurança e com mais estrutura de lazer o empreendimento acabando tendo vida e conseguindo se manter", destacou.

Raphael Brotto, coordenador da Associação Brasileira de Shoppings Centers no Estado (Abrasce) também vê a tendência de intensificação do lazer e destaca que há demanda de grandes marcas querendo entrar no mercado capixaba que buscam lojas maiores.

"Há também lojistas que estão readequando seus espaços para lojas menores. Isso não quer dizer necessariamente que os lojistas de lojas menores estão abandonando suas lojas", argumentou.

Segundo ele, durante o fechamento das lojas no ano passado, os shoppings tiveram de entrar em acordo com os lojistas, para que não saíssem do empreendimento. "Teve shopping que não cobrou o aluguel no período em que ficou fechado", destacou.

> "No Brasil, não temos o movimento de rua noturno, não é muito seguro. No shopping há essa segurança"
>
> **José Carlos Bergamin, dir. da Fecomércio**

CUSTÓDIO disse que pequenas lojas em shoppings foram "engolidas"

ANÁLISE

"Loja física e comércio online se complementam"

Glaucio Siqueira, coord. da Câmara de Empreend. do Cons. Reg. de Administração

"Com todo novo cenário de negócios, existe uma dúvida que paira sobre o varejista: ficar só no online ou reiniciar a loja física. Um caminho que está ficando mais claro, é que estamos falando de diferentes canais de venda, e cada um tem uma força, uma necessidade de investimento e um resultado diferente.

Então a primeira resposta para essa dúvida é que a empresa precisa pensar estrategicamente nos tempos atuais, e quanto mais canais de venda ela possui maiores serão suas oportunidades de resultado. Ou seja, basta a empresa pensar que vale ter ambos canais, e um não precisa suprimir o outro.

Outra novidade é que eles complementam, pois há uma tendência de lojas sem estoque, que funcionam como um showroom, onde o consumidor acessa, vivencia a experiencia com o produto, e faz ali mesmo uma encomenda online.

No decorrer de 2020 os consumidores tiveram grande salto no aprendizado do on-line, o canal ganhou força, mas não se tornou capaz de substituir totalmente a compra física. A experiência de ir até a loja, tocar o produto, testar jamais será substituída, e isso tem que ser visto como estratégia de negócio.

Já a atratividade de compra no mundo digital, sem interferências externas, com praticidade, velocidade, grande liberdade de escolha e de pesquisa, jamais acontecerá no mundo analógico.

Mile4 Assessoria de Comunicação
Av. Leitão da Silva,1387, sl 108 - Gurigica - Vitória - ES - CEP 29045-914 - (27) 3205-1004 - www.mile4.com.br
PDF gerado automaticamente pelo sistema WebClipping