

## ENTREVISTA

Ricardo Basaglia, do Michael Page Group: "Pandemia fez as empresas exigirem mais ética de executivos"

## A BOMBA DE GUEDES

Calote em precatórios transfere recursos do Orçamento para garantir plano de reeleição de Bolsonaro

## REDE SOCIAL DE INTRIGAS

Criada por ex-conselheiro de Trump, GETTR alcança 1,5 milhão de inscritos atraindo banidos do Facebook e Twitter

# ISTO É Dinheiro



## DE VOLTA AO SHOPPING

JOSÉ ISAAC PERES, presidente da Multiplan: investimento de R\$ 1 bilhão para inaugurar, em novembro, a vigésima unidade da rede

DEPOIS DA PIOR CRISE DE SUA HISTÓRIA, **SETOR RETOMA ATIVIDADES**, RECEBE INVESTIMENTOS E **DESTRAVA PROJETOS DE EXPANSÃO**. FATURAMENTO PODE CHEGAR A **R\$ 150 BILHÕES** ESTE ANO



CAPA



**D**ezito meses depois de fechar as portas, o varejo brasileiro volta a operar com força total. O fim das medidas de isolamento social impostas para conter o avanço da pandemia de Covid-19, que até aqui alcançou a terrível marca de 560 mil mortes, resultou na retomada das vendas, que começam a dar sinais robustos de recuperação. O retorno à normalidade deve ao avanço significativo do ritmo na vacinação da população adulta, após uma tentativa clara de boicote por parte do governo federal em dar celeridade à campanha de imunização dos brasileiros. Agora, quase metade da população brasileira já tomou pelo menos a primeira dose, o que garante maior segurança para a volta gradativa às compras.

Pesquisa Mensal do Comércio, divulgada no início de julho pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mostra que as

vendas no comércio varejista subiram 1,4% em maio deste ano em relação a abril — que, por sua vez, já tinha registrado alta de 4,9%. No acumulado do ano, a variação positiva alcançou 6,8% sobre os primeiros cinco meses de 2020. A seta está apontada para cima. A tendência é de melhora nos indicadores a partir do terceiro trimestre, com mais vendas no braço dos brasileiros e menos pacientes em leitos de UTI.

E nenhum setor personifica mais essa retomada nas vendas do varejo do que shopping centers. Se ainda não é possível enxergar corredores lotados e clientes com sacolas passando pelas lojas, ficou no passado o cenário em que boa parte dos lojistas dos empreendimentos no Brasil precisou fazer sacrifícios para sobreviver mesmo de portas fechadas. No auge da crise, a queda no faturamento ultrapassou 90%.

# O RETORNO AO SHOPPING

Após ser duramente castigado pela pandemia, o segmento enxerga retomada e planeja faturamento de R\$ 150 bilhões para este ano. Avanço da vacinação no Brasil estimula companhias a retomar os planos de investimento

**Sérgio VIEIRA**

## CAPA

Agora, planos de expansão e investimentos que estavam represados foram retomados pelas grandes companhias do setor. A contar pelo apetite dos donos de shoppings, o segmento sairá maior da crise. Mas ainda há uma travessia a ser vencida nos próximos meses. Dados da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasca) mostram reaquecimento. Na semana de 19 a 25 de julho deste ano, os 601 shoppings do País registraram crescimento de 14,3% na receita, comparando diretamente com a mesma semana do mês anterior, entre 21 e 27 de junho.

Em 2020, o faturamento dos shoppings foi de R\$ 128,8 bilhões, bem abaixo da receita de R\$ 192 bilhões em 2019. A perspectiva inicial para 2021 era ficar na casa de R\$ 130 bilhões, pouco acima de 2020. Agora, espera-se um faturamento de R\$ 150 bilhões neste ano. Ainda longe no ano anterior à crise provocada pela pandemia, mas já descolado do tobo sofrido em 2020.

Ainda que longe de alcançar os patamares do período pré-pandemia, o número é significativo. O segmento, que chegou a registrar 100% dos shoppings fechados na última sema-

na de março de 2020, já trabalha com capacidade máxima das lojas abertas. Apenas alguns setores, como cinemas, teatros e espaços lúdicos, ainda estão em fase gradual de recomeço.

**CAUTELA** O pico de casos de Covid em fevereiro e março deste ano e o avanço de uma segunda onda assustou a classe empresarial, mas o relaxamento de medidas restritivas a partir da queda do número de internações em abril animou o setor. Os bons resultados de vendas vieram em maio, puxados principalmente pelo Dia das Mães. Para o presidente da Abrasca, Glauco Humai, o momento é muito diferente do enfrentado no ano passado. “Hoje a gente vive um cenário de otimismo com cautela. Os shoppings fizeram o dever de casa e garantiram todos os protocolos de segurança. O setor é resiliente e profissionalizado”, afirmou. A recuperação, segundo o executivo, também é percebida na taxa de vacância e no número de empregos que já foram recuperados desde o início da crise no varejo. O segmento gera, diretamente, 1 milhão de postos de trabalho e, desde o começo da pandemia, 100 mil empregos foram perdidos. Mas 60 mil já foram recuperados. Das 110 mil lojas nos centros comerciais do Brasil, pelo menos 12 mil fecharam de vez, a contar desde o início da pandemia. “Só que 7 mil novas lojas já entraram nos shoppings, o que nos traz para um resultado negativo de 5 mil. A assinatura de novos contratos e perspectivas de inaugurações nos fazem crer que vamos recuperar esses números”, disse Humai.

Com 31% do total de shoppings do Brasil (188 unidades), o estado de São Paulo tem cronograma mais definido sobre o sinal verde efetivo para os varejistas. E está



### SEGMENTO PREJUDICADO

José Isaac Peres, presidente da Multiplan, entende que os shoppings foram muito penalizados com o longo período de fechamento: “O setor foi visto como vilão de forma desnecessária”

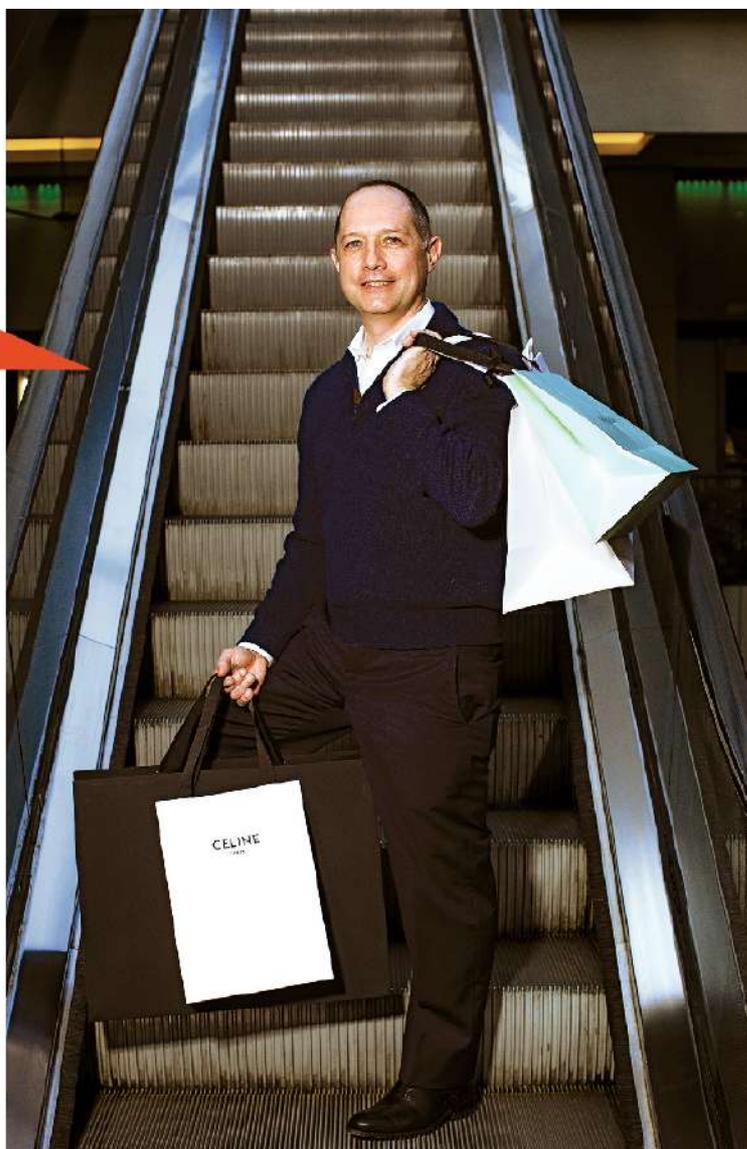
diretamente ligado ao plano estadual de imunização. A previsão, anunciada na semana passada pelo governador João Dória é de, até o próximo dia 16, vacinar 100% da população adulta que mora no estado com pelo menos a primeira dose. Com isso, o dia seguinte já é visto como o da retomada, com o fim dos limites de público e horário no comércio paulista. Sem prejuízo, claro, aos ainda necessários protocolos de distanciamento, de uso de máscaras de proteção e álcool em gel. A abertura total é a mais clara evidência de que o varejo pode planejar um fim de ano bem diferente do de 2020.

**JACAREPAGUÁ** A Abrasce calcula que sejam abertos até o fim do ano cinco novos empreendimentos. Um deles é do grupo Multiplan, uma das maiores companhias do segmento, com 19 shoppings no País e cerca de 5,8 mil lojas. A vigésima unidade será no bairro de Jacarepaguá, no Rio de Janeiro, e está prevista para ser entregue em novembro. A construção do novo shopping, que terá 237 lojas, começou há três anos. Ele deveria ter sido inaugurado no ano passado, mas as obras foram atrasadas pela pandemia. Os investimentos no novo centro comercial carioca giraram em torno de R\$ 1 bilhão, segundo a Multiplan.

A retomada da construção ainda durante o período de isolamento social mostra a confiança da empresa nesse novo momento econômico. O balanço do segundo semestre também refletiu esse indi-

#### PLANO DE AÇÃO

Thiago Alonso, CEO da JHSF, acredita que é o momento de pensar no horizonte após a crise: "Quem tomar decisão baseada na pandemia, vai errar. Nosso papel é de olhar o cenário de curto, médio e longo prazo"



cativo de recuperação. A receita com locação alcançou, entre abril e junho deste ano, R\$ 258,4 milhões, alta de 286% sobre o mesmo período do ano passado. Outro índice que reforça a volta do cliente nos corredores é a alta na receita da divisão de estacionamento. O grupo arrecadou, no segundo trimestre, R\$ 32 milhões, acréscimo de 601% sobre 2020.

A aposta clara é na demanda reprimida de quem durante tanto tempo não foi às compras de forma presencial. Para o presidente da companhia, José Isaac Peres, a retomada está consolidada. "O mês de julho foi praticamente igual ao registrado em 2019. Isso representa recuperação da economia e geração de emprego", afirmou.

"O movimento do último fim de semana no Barra Shopping foi parecido com o Natal de 2019 em volume de carros. Há limite de circulação, mas as pessoas estão mais objetivas e ficando menos no shopping", disse.

Peres entende que o segmento foi demasiadamente penalizado com os fechamentos. "Houve casos de portas fechadas por sete meses. Fechar um mês já gera um impacto grande. Comércio varejista vive de atividade contínua", disse. "O setor



**"HOJE A GENTE VIVE UM CENÁRIO DE OTIMISMO COM CAUTELA. OS SHOPPINGS FIZERAM O DEVER DE CASA E GARANTIRAM OS PROTOCOLOS DE SEGURANÇA. O SETOR É RESILIENTE E PROFISSIONALIZADO"**

GLAUCO HUMAI, PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS



## SHOPPINGS EM PROMOÇÃO

### A TODO VAPOR

Segundo a Multiplan, o movimento no Barra Shopping no último fim de semana foi parecido com o registrado na época do Natal de 2019

As perspectivas para o varejo são otimistas após a normalização da economia. E os analistas de mercado estão especialmente otimistas com um dos setores mais prejudicados pela pandemia, os shopping centers. A razão é simples: ao contrário das empresas multicanal, que possuem tanto lojas físicas quanto online, os shoppings dependem totalmente do fluxo de pessoas. “Suas principais fontes de renda, além do aluguel das lojas, são a receita com o estacionamento e os ganhos com a propaganda”, disse o especialista da Valor Investimentos, Davi Lellis. “Com menos visitantes, essas duas receitas diminuem e os lojistas também vendem menos, não conseguindo honrar os aluguéis.”

Não por acaso, as ações das administradoras de shopping centers foram as mais penalizadas na pandemia, ao lado dos papéis de empresas aéreas. No entanto, as projeções do mercado são de que todas as medidas de restrição ao deslocamento nas capitais tenham sido levantadas até o início de novembro, segundo o sócio da Zahl Investimentos, Joni Vargas. “Isso deve se refletir em vendas recordes no Natal deste ano”, disse ele.

Para Vargas, nem mesmo a alta dos juros deve impedir essa retomada das compras. Há uma demanda reprimida dos consumidores que deve ser atendida agora, especialmente em relação a itens de menor valor unitário. Além do movimento das lojas, espaços como cinemas e praças de alimentação deverão voltar a atrair consumidores. Para ele, as ações mais promissoras do setor são as das administradoras Multiplan e Iguatemi.

foi visto como vilão de forma desnecessária. Shopping é a solução.”

A Multiplan também fez movimentos para auxiliar o lojista nessa difícil travessia. Segundo o presidente, a companhia fez renúncias da ordem de R\$ 1,2 bilhão, incluindo cobranças de aluguel e condomínio. “Durante boa parte do ano passado só cobramos meio condomínio do lojista. Vivemos uma parceria permanente. Não tinha sentido cobrar aluguel nesse período”, disse Peres.

**ALTA RENDA** Líder no segmento de varejo de luxo, o grupo JHSF também vai investir na expansão. Hoje, a companhia possui seis shoppings e planeja inaugurar mais três empreendimentos até 2023. O total de investimentos deve alcançar R\$ 400 milhões. Os novos negócios incluem uma unidade na avenida Brigadeiro Faria Lima, em São Paulo (principal corredor financeiro do Brasil), outra no bairro Real Parque e uma terceira no condomínio fechado de alto luxo Fazenda Boa Vista, em Porto Feliz, no interior do estado. As obras começam ainda este ano.

No primeiro trimestre, o segmento de shoppings da companhia regis-

trou receita líquida de R\$ 38,7 milhões, pouco abaixo do primeiro trimestre de 2020 — que, na prática, não foi afetado pela pandemia. A receita com locações representa cerca de 10% do faturamento da JHSF. O Shopping Cidade Jardim, que responde por 40% do negócio de shoppings do grupo, obteve alta de 9,2% nas vendas. A estimativa é que o segundo trimestre registre crescimento significativo, puxado principalmente pela disparada em abril e maio, que deve superar 30% em comparação aos meses correspondentes do ano passado.

Para Thiago Alonso, CEO da JHSF, o pensamento do investidor deve estar direcionado para o momento além da crise. “Quem tomar decisão baseada na pandemia, vai errar. Nosso papel é de olhar o cenário de curto, médio e longo prazo e entender para onde as coisas vão. A gente entende que vai garantir mais qualidade estando mais perto do nosso cliente.” Com os novos shoppings, a área bruta locada (ABL) do grupo, que hoje é de 65 mil metros quadrados, deve crescer pelo menos 85%. Segundo o CEO, a aposta em regiões já conhecidas pelo grupo, onde tem presença em outros negócios, como no restaurante Fasano, mostra a certeza da JHSF na retomada presencial nos escritórios. “O que vai acontecer é uma maior flexibilidade. Mas quem não voltar a viver o dia a dia da empresa, poderá ficar desconectado”, disse Alonso.

As próximas semanas, na avaliação de Glauco Humai, serão decisivas para a consolidação da recuperação do setor. “Pela tendência, a gente deve chegar ao mesmo nível de vendas no pré-crise em seis a oito semanas”, disse. Um Natal mais gordo e com a população vacinada. A equação dos sonhos para quem compreende a necessidade do equilíbrio entre saúde e economia. **ES**