

SHOPPING  
**SAN PELEGRINO**

O MELHOR DA VIDA PASSA AQUI



GAZIT BRASIL LTDA.

# GAZIT GROUP

---

- Origem israelense;
- Presente em mais de 20 países: América do Norte, Ásia, Oriente Médio e América Latina.
  - Fundada em 1982;
  - 660 propriedades;
  - Área bruta de 6,8 milhões de m<sup>2</sup>;
- Valor patrimonial de 18,5 bilhões de dólares;
- Renda bruta anual de 1,75 bilhões de dólares.



# GAZIT GROUP

---

- Formado por empresas de capital aberto com ações negociadas nas bolsas de Nova York, Canadá, Finlândia e Israel;
- Atua nos setores de construção civil, energia e residências para a terceira idade.



# GAZIT BRASIL

---

- No Brasil, além do Shopping San Pelegrino, fazem parte do grupo:



Shopping Flamingo - Barueri (SP)



Shopping Extra Itaim - São Paulo (SP)



Morumbi Town Center - São Paulo (SP)



Shopping Prado – Campinas (SP)

# SHOPPING SAN PELEGRINO

---



SHOPPING  
SANPELEGRINO  
O MELHOR DA VIDA PASSA AQUI

SHOPPING  
SANPELEGRINO  
O MELHOR DA VIDA PASSA AQUI

# SHOPPING SAN PELEGRINO

---

## Ficha Técnica:

- Excepcional localização no coração de Caxias do Sul;
- Inaugurado em 09 de novembro de 2010;
- 47.798,94 m<sup>2</sup> de área total construída;
- 14.700 de ABL;
- 5 Âncoras;
- 1 Megaloja;
- 100 Lojas Satélites;
- 780 Vagas de estacionamento.



# SHOPPING SAN PELEGRINO

---

## Infraestrutura:

- Mix de mais de 100 lojas;
- Dois pisos de estacionamento coberto;
- Cinema Cinépolis com 6 salas, sendo 3 salas com tecnologia 3D - formato stadium com poltronas reclináveis com braços móveis;
- Ampla e moderna Praça de Alimentação, com mix variado de gastronomia;
- Wi- Fi; • Calefação;
- Banheiro família e Fraldário;
- Agência de viagens; • Lotérica; • Câmbio; • Bancos;
- Alameda de serviços;
- Lavagem ecológica de veículos;
- Espaço de recreação para crianças.

# SHOPPING SAN PELEGRINO

## PRÊMIOS



“Shopping Alshop”  
Categoria “Marketing e  
Comunicação”

Case: Quatro Dias de  
Preços Derretidos



“Destaque  
Caxias 2012”  
Categoria  
Comércio



“Os Mais Importantes do varejo 2012”  
Categoria “Experiência de Consumo”



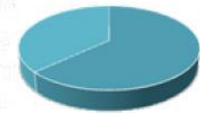
“Ítalo Victor  
Bersani” Categoria  
Serviços

# SHOPPING SAN PELEGRINO

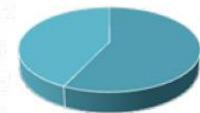
## Dados Econômicos

- A cidade possui forte polarização comercial, atraindo diretamente 16 cidades vizinhas, cerca de um milhão de pessoas;
- Só Caxias do Sul, possui mais de quatrocentos e cinquenta mil habitantes. É a segunda maior cidade econômica do estado e segundo maior pólo metal-mecânico do país;
- A cidade ocupa a 13ª colocação no Índice de Desenvolvimento Humano e seu PIB é de R\$ 8,4 bilhões.
- Arredores do shopping compõem grande complexo de escolas e faculdades da cidade, atraindo estudantes de toda a região;
- A zona de influência do empreendimento tem perfil socioeconômico diferenciado da maioria das cidades do Brasil. As classes A e B representam 63% dos moradores da zona primária (a cinco minutos), 57% da zona secundária e 53% do total da população de Caxias do Sul.

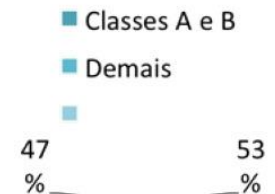
Zona Primária



Zona Secundária



População Total



# VALOR PERCEBIDO

---

É a avaliação total do consumidor sobre a utilidade de um produto ou serviço, baseada em percepções do que é recebido (benefícios) e do que é dado (sacrifícios).

(Zeithaml, 1998)

## VALOR PERCEBIDO

---

O conhecimento do valor percebido pelo cliente em seus produtos e serviços, comparativamente à concorrência, e a adoção de estratégias que contemplem esse valor permitem a empresa obter as vantagens necessárias para conquistar a lealdade dos clientes.

# MUDANÇA DE COMPORTAMENTO!

---

## Perfil dos frequentadores de shopping center

- ✓ Compras – 40%
- ✓ Alimentação – 16%
- ✓ Passear e olhar as vitrines – 14%
- ✓ Serviços – 11%

Fonte: ABRASCE, pesquisa realizada pela GFK

# NOVO CONCEITO DE SHOPPING

---

Experiência social

Entretenimento

Mix de lojas

Gastronomia

COMO QUEREMOS SER RECONHECIDOS?

---

SHOPPING DEMOCRÁTICO E DO DIA A DIA

## NOSSO FOCO

---

Fortalecimento da  
marca

Relacionamento com o  
cliente

Atrações para o público  
infantil

Promover experiências

## COMO ATINGIR ESSES OBJETIVOS

---

Estar claro quem somos e para onde queremos ir.

Ter um norte, uma direção.

Conhecendo o cliente.

# CONHECER O CLIENTE

---

## ATRAVÉS DE PESQUISAS

Ibope Inteligência

Abrasce

Alshop

Shopping

Revistas do setor

Sites

# O QUE FAZEMOS COM ESSAS INFORMAÇÕES

---

## TRAÇAMOS ESTRATÉGIAS

Melhorias internas.

Implantação de novos serviços e produtos.

Atender as necessidades existentes e criar outras.

# VALOR PERCEBIDO PELO CLIENTE

---

LOCALIZAÇÃO – facilidade de acesso, conveniência.



# VALOR PERCEBIDO PELO CLIENTE

---

ARQUITETURA MODERNA – agradabilidade. Não estamos oferecendo para o cliente um prédio bonito, moderno, mas sim um espaço agradável.



# VALOR PERCEBIDO PELO CLIENTE

---

ESTACIONAMENTO – segurança, comodidade e praticidade.



# VALOR PERCEBIDO PELO CLIENTE

---

PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO – ambiente aconchegante, várias opções de comidas.

O que eu quero dizer para esse cliente:

Você é importante para nós,  
sinta-se em casa!



# VALOR PERCEBIDO PELO CLIENTE

---

CINEMA – entretenimento, laser, momentos de descontração.

Não estamos oferecendo apenas assistir um filme e sim uma experiência.



# SHOPPING SAN PELEGRINO

## CERTIFICAÇÃO LEED

É uma certificação concedida para prédios verdes, por meio de avaliação de alguns critérios, como:

- Sustentabilidade na localização;
- Eficiência no uso da água;
- Eficiência energética;
- Otimização no uso de materiais e recursos;
- Qualidade ambiental no interior da edificação.



## DESAFIO

---

O grande desafio é a compreensão do comportamento dos consumidores e a geração de ofertas de produtos e serviços que contenham vantagem competitiva em termos de valor percebido pelo cliente.

Quem determina o valor do produto ou serviço é efetivamente o **CLIENTE!**

“No meio da dificuldade encontra-se a oportunidade.”

Albert Einstein

SHOPPING  
**SAN PELEGRINO**

O MELHOR DA VIDA PASSA AQUI

Av. Rio Branco, 425 – São Pelegrino  
95010-060 – Caxias do Sul – RS  
Fone: 54 3022-6700  
[www.sanpelegrino.com.br](http://www.sanpelegrino.com.br)