

Shoppings se diversificam e oferecem serviços de saúde

Shoppings se diversificam e oferecem serviços de saúde

Nos nove centros de compras do Grande ABC há 18 unidades de atendimento que disponibilizam consultas e exames

BEATRIZ MIRELLE
Especial para o Diário
beatrizmirelle@dgabccom.br

Os shoppings do Grande ABC deixaram de ser apenas endereços de compra, lazer e gastronomia e passaram a abrigar também espaços para cuidados com a saúde. Enquanto os centros comerciais observam o aumento na procura por esses serviços pelos clientes e investem em diversificar as opções oferecidas, os empreendedores consideram a segurança, praticidade e fácil acesso atrativos para a instalação de clínicas e laboratórios. Entre os nove shoppings da região, há pelo menos 18 unidades no segmento.

Em São Bernardo, Renann Mendes, gerente de marketing do Golden Square Shopping, afirma que o crescimento na busca por estabelecimentos do ramo se dá porque os clientes têm cada vez mais a necessidade de resolver seus afazeres em um só local. "Por falta de tempo ou pelo excesso de trânsito, as pessoas precisam de dinamismo para diversas situações, como realizar exames, almoçar e até mesmo fazer compras." Atualmente, no Golden Square, há o laboratório CDB (Centro de Diagnóstico Brasil). Em 2021, o shopping realizou campanhas de doação de sangue e postos de vacinação.

Os serviços de saúde oferecidos variam de acordo com as unidades. O Cema prom-



QUASE PRONTO. Shopping ABC terá clínica do Hospital Brasil

ve atendimento especializado nas áreas de oftalmologia e otorrinolaringologia no Shopping Metrópole, em São Bernardo, e inaugurou em janeiro uma filial no Grand Plaza, de Santo André. O hospital disponibiliza desde consultas e exames de rotina até encaminhamentos de cirurgias. "Estar mais perto dos consumidores é uma forma de incentivar a população a manter os cuidados com a saúde e bem-estar", diz o diretor executivo do Cema, Luiz Carlos Lazarini. Segundo afirma, "ter uma unidade ambulatorial dentro de shoppings é algo estratégico e auxilia no dia a dia dos clientes."

Além do Cema, o Grand Plaza também possui o labo-

ratório Exame Brasil e a Oral Company.

Cindy Beni, gerente de marketing do Grand Plaza Shopping, afirma que o propósito é ser um centro de compras que seja visto pelos moradores da região como um facilitador. "Nesse sentido, iremos sempre trabalhar em busca de operações que nos auxiliem a atingir e melhorar essa missão", diz.

NOVOS INVESTIMENTOS

O Shopping Praça da Moça, em Diadema, estima que a movimentação em estabelecimentos de saúde representa 5% do total mensal de clientes. Daniel Lima, gerente de marketing do shopping, analisa que características como localização, diver-



RECENTE. Cema começou a funcionar em janeiro do Grand Plaza

sidade de público e os estabelecimentos são algumas das vantagens de operar esse modelo de negócio em centros comerciais.

Para Flavia Tegão, gerente de marketing do Shopping ABC, os benefícios se dividem tanto aos clientes quanto aos lojistas. "Além

de ser algo prático para quem já está no empreendimento, as opções nessa área atraem fluxo de visitantes que podem se fidelizar com outras marcas." Além do laboratório Lavoisier, que também está presente no São Bernardo Plaza Shopping e Mauá Plaza, o Shopping ABC contará com a inauguração da Clínica de Especialidades do Hospital Brasil ainda no primeiro semestre de 2022.

Em breve, outra novidade chegará em Santo André. Trata-se da Clínica da Cidade, no Atrium Shopping. "Isso traz aos nossos clientes um mix de lojas e serviços cada vez mais completo", afirma Eduardo Valherano, gerente de marketing do estabelecimento. Para ele, essa pluralidade contribui para o aumento de satisfação dos clientes. O shopping já conta com o laboratório Sonolayer, de exames toxicológicos.

Para o São Bernardo Plaza, o ano de 2022 é considerado o momento para investir em novos negócios nesse ramo. "O aquecimento da economia após dois anos de pandemia e o retorno ativo de nossos clientes reforçam uma perspectiva positiva para novos empreendimentos", observa Caroline Meneghetti, gerente comercial do shopping.

Clínicas de estética também migraram

As opções que shoppings do Grande ABC oferecem aos clientes nos setores de saúde e bem-estar vão além de exames e consultas. As clínicas de estética, odontologia, podologia, psicologia, psiquiatria, entre outras alternativas, também são procuradas pelos consumidores.

Marcella Oliveira, coordenadora de marketing do Mauá Plaza, explica que o shopping investe em quatro

andares com salas e escritórios que variam entre essas especialidades. "O maior benefício é a comodidade. Não somos um ambiente focado prioritariamente no consumo e lazer. Permitimos que as pessoas tenham um leque considerável de variedades", afirma.

Além do Dr. Consulta, com atendimento e exames clínicos, no Praça da Moça também há clínicas de odon-

to e podologia. De acordo com Daniel Lima, gerente de marketing do shopping, Diadema tem uma economia robusta e dinâmica, que cresce de maneira sustentável. "Os consumidores do Grande ABC são muito receptivos à inovação e buscam sempre a melhor relação custo-benefício. Assim surge a oportunidade perfeita de oferecer essa combinação de lazer e saúde", aponta. **BM**

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal Diário do Grande ABC

Seção: Economia